

Technická univerzita v Liberci

Hospodářská fakulta

Studijní program: N 6208 – Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika

**Rostoucí význam nových trhů pro automobilový průmysl na příkladě
Čínské lidové republiky**

Increasing importace of new markets for the automotive industry on an example of the
People's Republic of China

DP-PE-KPE-2009-29

Bc. JIŘINA LAJBNEROVÁ

Vedoucí práce: prof. Ing. Ivan Jáč, CSc. - Katedra podnikové ekonomiky

Konzultant: Dipl.-Ing. Hans-Georg Gelke - Škoda Auto a.s.

Počet stran: 151

Počet příloh: 3

Datum odevzdání: 22. 05. 2009

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 - školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 22. 05. 2009

Anotace

Automobilový průmysl představuje jedno z klíčových odvětví národních hospodářství většiny zemí světa. Jeho vývoj a význam v posledních letech vzrůstá především na rozvojových trzích jako je Čína, Indie, Rusko či Brazílie. Automobilový průmysl potažmo celý svět byl v loňském roce zasažen globální ekonomickou krizí, která s sebou přinesla nejen řadu rizik, ale i výzev.

Především pro čínský automobilový průmysl, který si jako jeden z mála uchoval růst i v letošním roce, by mohla současná finanční krize znamenat posun na první pozici mezi světovými producenty automobilů. Sílící konkurence a rostoucí požadavky zákazníků působí jako stimul nejen na zahraniční výrobce, ale i na čínské automobilky ve zvyšování kvality a komfortu nabízených vozů.

Téměř všichni výrobci automobilů mají dnes své zastoupení na čínském trhu. I Škoda Auto zde ve spolupráci se svou mateřskou společností Volkswagen a čínskou automobilkou Shanghai Automotive Industry Company zahájila před dvěma lety lokální výrobu. Počet vyrobených vozů i jejich obliba u čínských zákazníků každým rokem narůstá. Nejen Škoda Auto, ale i mnoho dalších výrobců automobilů usilují o posílení pozice na tomto klíčovém trhu.

Klíčová slova

automobily, automobilový průmysl, Čína, Čínská lidová republika, celosvětová finanční krize, globalizace, joint venture, kvalita, OEM, prodej, Škoda Auto a. s., trh, Volkswagen AG, vývoj, WTO, zákazník

Annotation

Automotive industry represents one of the branches of national economies of most countries of the world. In recent years, it's development and importance has been rising, especially at developing markets such as China, India, Russia and Brasil. Automobile industry, like the rest of the world, was hit by the global financial crisis last year which has brought both risks and challenges.

For Chinese automotive industry which, as one of few, has kept its growth over this year, current financial crisis could mean a shift to the leading position among the world's car producers. Growing competition and customers' requirements act as an impulse to increase quality and comfort of vehicles produced by both Chinese and foreign car factories.

Nearly all car manufacturers are represented on the Chinese market nowadays. Skoda Auto, in cooperation with its home company Volkswagen and Chinese car manufacturer Shanghai Automotive Industry Company, also started a local production in China two years ago. Number of cars produced and their popularity keep rising each year. Not only Skoda Auto but also many other car producers are trying to strengthen their position at this key market.

Key words

cars, automotive industry, China, Chinese people's republic, global financial crisis, globalisation, joint venture, quality, OEM, Skoda Auto a.s., Volkswagen AG, development, WTO, customer

OBSAH

Seznam zkratk a symbolů	9
Seznam tabulek.....	12
Seznam obrázků.....	13
1. ÚVOD.....	15
2. VÝVOJ NA SVĚTOVÝCH AUTOMOBILOVÝCH TRZÍCH.....	17
2.1 ÚVOD DO ODVĚTVÍ	17
2.2 POČÁTKY AUTOMOBILOVÉ HISTORIE	18
2.3 VÝVOJ DO ROKU 1945	19
2.4 VÝVOJ PO 2. SVĚTOVÉ VÁLCE	20
2.5 CELOSVĚTOVÁ PRODUKCE V ROCE 2007	21
2.6 GLOBALIZAČNÍ TENDENCE.....	22
2.7 KRIZE V AUTOMOBILOVÉM PRŮMYSLU	25
3. VSTUP NA NOVÉ TRHY	28
3.1 ROZHODOVÁNÍ O VSTUPU NA MEZINÁRODNÍ TRHY	28
3.2 VÝBĚR ZAHRANIČNÍCH TRHŮ	29
3.3 FORMY VSTUPU NA MEZINÁRODNÍ TRH	31
3.3.1 Výroba v tuzemsku.....	32
3.3.1.1 Nepřímý export	32
3.3.1.2 Přímý export.....	33
3.3.2 Výroba v zahraničí	34
3.3.2.1 Poskytování licencí	34
3.3.2.2 Přímé investice	35
3.4 VSTUP ZAHRANIČNÍCH SPOLEČNOSTÍ NA ČÍNSKÝ TRH	35
3.4.1 Důvody pro vstup na čínský trh	35
3.4.2 Podmínky vstupu zahraničního kapitálu	36
3.4.3 Možné formy vstupu zahraničních investorů.....	37
3.4.3.1 Reprezentační kancelář	37
3.4.3.2 Joint venture	39
3.4.3.3 Společnost plně vlastněná zahraničním subjektem	42
4. ČÍNSKÁ LIDOVÁ REPUBLIKA	45
4.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O TERITORIU	45
4.1.1 Geografie	47
4.1.1.1 Poloha a rozloha	47
4.1.1.2 Podnebí.....	50
4.1.2 Demografie a její vývoj.....	50
4.2 EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA ZEMĚ	52

4.2.1 Ekonomický vývoj po 2. světové válce	52
4.2.2 Ekonomické reformy konce 70. let	53
4.2.3 Otevření ekonomiky v 90. letech	53
4.2.4 Vstup ČLR do 21. století.....	54
4.3 ZAHRANIČNĚ-POLITICKÁ ORIENTACE.....	54
4.3.1 Členství ČLR v mezinárodních institucích	55
4.3.1.1 WTO a její význam pro automobilový průmysl.....	55
4.4 ZÁKLADNÍ MAKROEKONOMICKÉ UKAZATELE.....	58
4.4.1 Hrubý domácí produkt.....	58
4.4.2 Vývoj inflace	61
4.4.3 Nezaměstnanost.....	62
4.4.4 Zahraniční obchod	63
4.4.5 Obchodní a ekonomická spolupráce mezi ČLR a ČR.....	68
4.4.6 Makroekonomické trendy země	70
5. AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL V ČLR	71
5.1 VÝVOJ ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU.....	71
5.2 VÝROBA VOZŮ V ČÍNĚ A JEJICH EXPORT.....	74
5.3 STRATEGIE ČÍNSKÝCH AUTOMOBILEK	77
5.4 DOMÁCÍ OEM.....	78
5.4.1 Brilliance China Auto.....	79
5.4.2 BYD Auto.....	81
5.4.3 Dongfeng Motor Corporation.....	82
5.4.4 First Automotive Works Group Corporation	83
5.4.5 Geely Automobile	84
5.4.6 Chang'an Automobile Group Co., Ltd.	85
5.4.7 Chery Automobile	86
5.4.8 Shanghai Automotive Industry Corporation	89
5.5 STRATEGIE A AKTIVITY MEZINÁRODNÍCH OEM V ČLR.....	90
5.5.1 BMW Group.....	91
5.5.2 Daimler/Chrysler/Mitsubishi.....	92
5.5.3 Fiat.....	92
5.5.4 Ford/Mazda	93
5.5.5 General Motors.....	94
5.5.6 Honda	95
5.5.7 Hyundai / Kia	95
5.5.8 PSA Peugeot Citroën.....	96
5.5.9 Renault/Nissan.....	97
5.5.10 Suzuki	98
5.5.11 Toyota	98
5.5.12 Volkswagen AG.....	99
5.5.13 Škoda Auto a. s.	103
5.5.13.1 Výroba vozu Škoda Octavia v Číně.....	104
5.5.13.2 Výroba vozu Škoda Fabia v Číně.....	107

5.5.13.3 Výroba vozu Škoda Superb v Číně	108
5.5.13.4 Vývoj prodaných a vyrobených vozů Škoda na čínském trhu	109
6. SPECIFIKA ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO TRHU	111
6.1 SPOKOJENOST ČÍNSKÝCH ZÁKAZNÍKŮ	111
6.1.1 Spokojenost zákazníků s prodejem nových vozů	112
6.1.2 Spokojenost zákazníků se servisem nových vozů	114
6.1.3 Spokojenost zákazníků s kvalitou vozů	117
6.1.4 Celková spokojenost zákazníků	119
6.2 SWOT ANALÝZA ČLR A JEJÍHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU	122
6.2.1 Silné stránky	122
6.2.2 Slabé stránky	124
6.2.3 Příležitosti	125
6.2.4 Hrozby	126
6.3 DŮSLEDKY GLOBÁLNÍ FINANČNÍ KRIZE PRO ČÍNSKOU EKONOMIKU.	127
6.3.1 Vliv celosvětové finanční krize na čínský automobilový průmysl	128
6.4 ODHAD BUDOUCNOSTI ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU ..	129
6.5 ŠANCE A PERSPEKTIVY PŮSOBNÍ ŠKODA AUTO NA ČÍNSKÉM TRHU.	131
7. ZÁVĚR	134
Seznam literatury	136
Seznam příloh	151

Seznam zkratk a symbolů

ADAC	Allgemeine Deutsche Automobil-Club
AG	Aktiengesellschaft
aj.	a jiní
AMI	Auto Mobil International
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
apod.	a podobně
a. s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
BMW	Bayerische Motoren Werke
BSG	belt driven starter generator
BYD	build your dreams
cca.	přibližně
celk.	celkový
cm	centimetr
CNY	čínský yuan
Co.	company
CVT	continuously variable transmissions
CZK	česká koruna
ČLR	Čínská lidová republika
ČR	Česká republika
DPH	daň z přidané hodnoty
dopr.	dopravní
DVD	digital video disc
EU	Evropská unie
Euro NCAP	European New Car Assessment Programme
FAW	First Automotive Works Group Corporation
GM	General Motors
GMAC	General Motors Acceptance Corporation
HDP	hrubý domácí produkt

http	hypertext transfer protocol
IAA	Internationale Automobilausstellung
IAEA	International Atomic Energy Agency
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development
IMF	International Monetary Fund
inv.	investice
ISG	integrated starter-generator
ISO	International Organization for Standardization
km	kilometr
km/h	kilometrů za hodinu
l	litr
LLC	limited liability company
Ltd.	limited
mil.	milion
mld.	miliarda
m n. m.	metrů nad mořem
MPV	multi purpose vehicles
např.	například
obr.	obrázek
OEM	original equipment manufacturer
OH	Olympijské hry
OSN	Organizace spojených národů
PPP	purchasing power parity
příp.	případně
PSA	Peugeot Société Anonyme
%	procento
RMB	renminbi (čínská měna)
S. A.	Société Anonyme
SAIC	Shanghai Automotive Industry Company
SGM	Shanghai General Motors
SOP	start of production
SSSR	Svaz sovětských socialistických republik
SUV	sport utility vehicle
SVW	Shanghai Volkswagen

SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
tab.	tabulka
tj.	to je
TSI	twincharger stratified injection
tzn.	to znamená
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USA	United States of America
USB	universal serial bus
USD	americký dolar
UTC	universal time coordinated
VAZ	Volzhsky Avtomobilny Zavod
VW	Volkswagen
WFOE	Wholly foreign owned enterprise
WHO	World Health Organization
WTO	World Trade Organization
WWW	world wide web
zahr.	zahraniční

Seznam tabulek

Tab. 1: Největší výrobci automobilů v roce 2007

Tab. 2: Výhody a nevýhody reprezentační kanceláře v ČLR

Tab. 3: Procentní podíl zahr. kapitálu v závislosti na výši celk. kapitálu u equity joint venture

Tab. 4: Výhody a nevýhody joint venture na čínském trhu

Tab. 5: Výhody a nevýhody založení dceřiné společnosti na čínském trhu

Tab. 6: Vývoj směnného kurzu CNY vůči USD a EUR

Tab. 7: Sousední státy Čínské lidové republiky

Tab. 8: Struktura čínské populace

Tab. 9: Změna podmínek na čínském trhu po vstupu do WTO

Tab. 10: Vývoj nominálního HDP v běžných cenách a meziočasný růst reálného HDP

Tab. 11: Vývoj HDP na obyvatele

Tab. 12: Vývoj inflace v ČLR

Tab. 13: Vývoj nezaměstnanosti ve městech v % a podíl výdělečně činných v mil.

Tab. 14: Vývoj zahraničního obchodu ČLR v mld. USD

Tab. 15: Podíl jednotlivých typů podniků na zahraničním obchodě v mld. USD v roce 2008 a procentní nárůst oproti roku 2007

Tab. 16: Zahraniční obchod v roce 2007 v mil. USD

Tab. 17: Zahr. obchod země dle komodit v mld. USD v roce 2007 a procentní změna oproti roku 2006

Tab. 18: Bilance vzájemné obchodní výměny mezi ČLR a ČR

Tab. 19: Komoditní struktura vzájemného obchodu mezi ČR a ČLR v roce 2008 v mil. USD

Tab. 20: Celkové tržní podíly na čínském trhu v roce 2007

Tab. 21: Společnosti spadající pod Volkswagen Group China

Tab. 22: Prodej vozů Škoda Auto v ČLR

Tab. 23: SWOT analýza

Seznam obrázků

- Obr. 1: Výroba osobních automobilů v roce 2007 v 1000 ks
- Obr. 2: Systematičnost možných forem vstupu na zahraniční trh
- Obr. 3: Státní vlajka Čínské lidové republiky
- Obr. 4: Státní znak Čínské lidové republiky
- Obr. 5: Mapa Čínské lidové republiky
- Obr. 6: Administrativně správní členění země
- Obr. 7: Přibližný vývoj obyvatel v Číně (v milionech)
- Obr. 8: Vývoj nominálního HDP v běžných cenách (mld. USD) a růst reálného HDP
- Obr. 9: Podíl jednotlivých sektorů na celkovém HDP v roce 2007
- Obr. 10: Největší odběratelé čínského zboží v roce 2007
- Obr. 11: Největší dodavatelé Čínské lidové republiky v roce 2007
- Obr. 12: Působení zahraničních OEM na čínském trhu v roce 1985
- Obr. 13: Všechny značky automobilů v Číně v roce 2008
- Obr. 14: Vývoj počtu vyrobených vozů v ČLR od roku 1992 do 2008 v mil. ks
- Obr. 15: Export vozů v roce 2008 v ks
- Obr. 16: Modely vozů automobilky Brilliance China Auto: BS4, BS6, Jinbei Hiace
- Obr. 17: Modely vozů automobilky BYD: F1, F3 a F3DM
- Obr. 18: Modely vozů automobilky DFM: D120, Dongfeng Oting, Dongfeng BF
- Obr. 19 Modely vozů automobilky FAW: Hongqi HQ3, Jiaxing, Besturn
- Obr. 20: Modely vozů automobilky Geely Automobile: Huapu Biaofeng, Geely KingKong a nová limuzína
- Obr. 21: Modely vozů automobilky ChangAn: BenBen, Joice, koncept V802
- Obr. 22: Modely vozů automobilky Chery: A5, QQ6, Eastar A6
- Obr. 23: Modely vozů automobilky SAIC: Roewe 550, Roewe 750, TF LE500
- Obr. 24: Modely vozů automobilky BMW: 3 a 5
- Obr. 25: Modely vozů: Chrysler 300, Mercedes Benz E, Mitsubishi Pajero
- Obr. 26: Iveco Daily
- Obr. 27: Modely vozů Ford Fiesta, Mazda 6, Volvo S40
- Obr. 28: Modely vozů Buick LaCrosse, Cadillac STS, Chevrolet Aveo

- Obr. 29: Modely vozů Honda Accord, Civic a Jazz
- Obr. 30: Modely vozů Kia Cerato, Optima a Sportage
- Obr. 31: Modely vozů Citroën Xsara Picasso, Citroën C2, Peugeot 307
- Obr. 32: Modely vozů Nissan: Bluebird, Teana a Tiida
- Obr. 33: Modely vozů Suzuki: Alto, Swift a SX4
- Obr. 34: Modely vozů Daihatsu D-01, Toyota Prius a Toyota Land Cruiser
- Obr. 35: Modely vozů Volkswagen Jetta, Volkswagen Passat, Audi A4
- Obr. 36: První nový čínský showroom značky Škoda ve městě Shijiazhuang
- Obr. 37: Model vozu Škoda Octavia pro čínský trh
- Obr. 38: Model vozu Škoda Octavia pro Olympijské hry v Pekingu
- Obr. 39: Model vozu Škoda Fabia pro čínský trh
- Obr. 40: Spokojenost zákazníků s prodejem nových vozů
- Obr. 41: Spokojenost zákazníků se servisem
- Obr. 42: Nejlépe hodnocené modely vozů z hlediska kvality v jednotlivých segmentech
- Obr. 43: Nejlépe hodnocené modely vozů v jednotlivých segmentech

1. ÚVOD

Rostoucí význam čínské ekonomiky a především jejího automobilového průmyslu představuje v současné době „trh naděje“ pro většinu výrobců automobilů. V období globální finanční krize, která významně zasáhla odvětví automobilového průmyslu ve všech vyspělých zemích světa, je právě ten čínský jedním z mála, který si zachoval růst jak v oblasti automobilového průmyslu, tak i v celém národním hospodářství.

Důvodů, pro takto pozitivní vývoj je několik. Jedná se především o nenasycenost tamního trhu, který dokázal v posledních pěti letech více než zdvojnásobit produkci automobilů a posunout se na přední příčky mezi automobilovými výrobci. Podle některých odhadů se předpokládá, že by se Čínská lidová republika mohla stát již v roce 2010 největším výrobcem automobilů na světě.

Dalším významným faktorem ovlivňujícím rostoucí výrobu vozů jsou masivní investice do výstavby výrobních kapacit na území Čínské lidové republiky, které byly v posledních několika letech realizovány téměř všemi významnými automobilkami. Čína se tak stala trhem s největším počtem značek automobilů, ať už zde prodávaných či přímo vyráběných.

Jednou z prvních zahraničních automobilek, která zahájila v ČLR lokální výrobu, by koncern Volkswagen, který si zde dodnes udržuje výsadní postavení. Její dceřiná společnost Škoda Auto vstoupila na čínský trh poměrně pozdě, ale přesto si zde své místo našla. V rámci strategie růstu zde každým rokem zahajuje výrobu nového modelu. Při slavnostním uvedení na trh prvního lokálně vyráběného modelu Škoda Octavia prohlásil tehdejší člen představenstva za prodej a marketing Fred Kappler: "Kdo teď v Číně není, bude to mít velmi těžké se později na tento trh dostat." Jeho výrok trefně popisuje situaci na čínském trhu, na kterém dochází k permanentnímu zintenzivňování konkurence a jehož význam pro aktivity globálních automobilových výrobců strmě narůstá.

Cílem této práce je analýza vývoje automobilového průmyslu na světových trzích se zaměřením se na specifika čínského automobilového trhu a odhadnutí jeho budoucího vývoje. Ke zpracování daného tématu bylo použito značné množství zdrojů. Vedle

informací z odborné česky psané i cizojazyčné literatury a článků z časopisů byly využity i aktuální studie poradenských společností, internetové prameny a interní materiály společností Škoda Auto a. s., Volkswagen AG a Volkswagen Group China.

Úvodní kapitola se věnuje jednotlivým etapám vývoje automobilového průmyslu zahrnující jednak počátky automobilové historie, rozvoj v minulém století, tak i globalizační tendence posledních let a v neposlední řadě nechybí zmínka o celosvětové finanční krizi, která toto odvětví negativně zasáhla v průběhu minulého roku.

Další kapitola zachycuje možnosti vstupu firem na zahraniční trhy. Nejprve je zde stručně charakterizováno rozhodování o vstupu, následný výběr trhu a možné formy působení na zahraničním trhu. Zbytek kapitoly je věnován konkrétním možnostem a podmínkám pro působení firem na čínském trhu, které tamní zákony umožňují.

Čtvrtá kapitola obsahuje základní geografické a demografické informace o čínském teritoriu, které jsou doplněny ekonomickým vývojem země včetně jejího otevření se světu a působení v mezinárodních institucích, obzvláště ve Světové obchodní organizaci. V této kapitole nechybí ani informace o vývoji základních makroekonomických ukazatelů jako je hrubý domácí produkt, inflace, nezaměstnanost či zahraniční obchod. Závěr kapitoly je věnován očekávanému vývoji ekonomiky v aktuální pětiletce.

Obsah páté kapitoly je věnován jednak počátkům automobilového průmyslu v Čínské lidové republice potažmo vývoji jednotlivých národních automobilek, ale také působení zahraničních společností na čínském trhu a jejich spolupráci s lokálními výrobci. Strategie a aktivity domácích i zahraničních automobilek jsou doplněny o aktuální počty vyrobených vozů. Poslední podkapitola zachycuje působení Škody Auto na čínském trhu.

Závěrečná kapitola shrnuje informace o Čínské lidové republice potažmo jejím automobilovém průmyslu ve SWOT analýze charakterizující jednotlivé silné i slabé stránky, příležitosti i hrozby. Současná globální ekonomická krize představuje jak hrozbu pro automobilový průmysl, tak by ale na druhé straně mohla být speciálně pro ten čínský brána jako příležitost, jak se stát světovou jedničkou v oboru. Na základě zjištěných informací týkajících se také konkrétních přání a požadavků čínských zákazníků jsou formulovány šance a perspektivy působení Škody Auto na čínském trhu.

2. VÝVOJ NA SVĚTOVÝCH AUTOMOBILOVÝCH TRZÍCH

Vývoj na světových automobilových trzích jde ruku v ruce s ekonomickým vývojem jednotlivých zemí. Pokud země zažívá ekonomický boom, daří se i automobilovému průmyslu. Pokud ovšem zemi zasáhne ekonomická krize, je jí ohrožen i automobilový průmysl. Význam automobilového průmyslu pro jednotlivá národní hospodářství je markantní, proto se vlády jednotlivých států snaží toto klíčové odvětví v období krize podporovat.

Následující podkapitoly se věnují jak významu automobilového průmyslu, tak i jeho historickému vývoji, tendencím, ke kterým v tomto oboru dochází a také vlivu celosvětové hospodářské krize, která toto odvětví zasáhla v předchozím roce.

2.1 ÚVOD DO ODVĚTVÍ [50]

Automobilový průmysl je jedním z klíčových odvětví národního hospodářství ve všech významných zemích světa, ať už se jedná o průmyslově vyspělé země, jako jsou USA, Japonsko či Německo nebo nově industrializované např. Čína, Indie, Rusko či Brazílie. Pokud by automobiloví výrobci tvořili jednu zemi, jednalo by se o šestou největší ekonomiku.

Automobilový průmysl jako celek zahrnuje výrobu osobních automobilů, nákladních vozidel, autobusů, přípojných vozidel, dílů a příslušenství vozidel. V roce 2007 bylo celosvětově vyrobeno více než 73 milionů motorových vozidel. V první polovině loňského roku výroba narůstala, ale po propuknutí celosvětové finanční krize došlo k oslabení růstu.

Automobilový průmysl se zabývá vývojem, výrobou, marketingem a prodejem motorových vozidel. Z údajů o celosvětové zaměstnanosti vyplývá, že více než 9 milionů lidí se podílí přímo na výrobě automobilů či jejich částí, to odpovídá více než 5 % všech výrobních dělníků. Na výrobce automobilů je vázáno celé spektrum dodavatelských odvětví, jako jsou výrobci oceli, skla, plastů, počítačů a další.

Automobil umožňuje lidem cestovat z místa na místo nebo transportovat zboží, otevírá vzdálené trhy a dává příležitost poznávat nové krajiny. Důsledkem této stále jednodušší a rychlejší dopravy se celá světová ekonomika stává závislou na mobilitě, jež automobily poskytují a zároveň umožňují obchod i mezi vzdálenými státy.

Doprava se stala samostatným, velice dynamickým odvětvím ekonomiky. S nárůstem počtu dopravních prostředků roste význam i negativních efektů s tím spojených, jako je znečišťování ovzduší, skleníkové plyny, globální oteplování, dopravní zácpy či devastace přírody na úkor stavby nových silničních koridorů.

2.2 POČÁTKY AUTOMOBILOVÉ HISTORIE

Automobilová historie se začala psát koncem 18. století, kdy byly realizovány první úspěšné pokusy s vozidly poháněnými parním strojem. Jedním z významných konstruktérů té doby byl Francouz Nicolas Joseph Cugnot, jehož parní stroj uvezl v roce 1769 čtyři pasažéry a dokázal vyvinout rychlost až 9 km za hodinu. [6]

První polovina 19. století je charakterizována zlepšováním a zrychlováním parních strojů. Zvrat nastal až ve druhé polovině 19. století, kdy v roce 1866 Nicolaus Otto vyvinul první čtyřdobý spalovací motor. [6]

Vlastní vývoj dnešních automobilů začal v roce 1886 v německém Mannheimu u Karla Benze, který si nechal patentovat svoji motorovou tříkolku. Roku 1889 vznikla ve Francii první automobilová továrna Panhard a Levassor. Zde byla o 5 let později zavedena povinná registrace automobilů pomocí očíslovaných tabulek. [38]

Prvním automobilem ve střední Evropě byl v roce 1897 Präsident postavený v Kopřivnické továrně pro výrobu a prodej kolejových vozidel na území dnešní České republiky. O rok později vyjel z bran závodu první nákladní automobil. V roce 1898 sestrojil Rakušan Rudolf Diesel první provozuschopný vznětový motor. Motory však byly zprvu velké a hodily se jen pro lodě či lokomotivy. [38]

2.3 VÝVOJ DO ROKU 1945

Roku 1903 založil Henry Ford svou továrnu, v níž v roce 1913 zavedl pásovou výrobu, díky které se ve 20. století přešlo k masové produkci. V roce 1904 překonaly Spojené státy americké do té doby vedoucí Francii v počtu vyrobených automobilů a staly se tak světovou jedničkou. [38]

Ve 20. letech připadalo 5 Američanů na jeden automobil, což je úroveň, které se Spojenému království podařilo dosáhnout až ve 40. letech, zbytku Evropy až o desetiletí později. Počátkem roku 1914 bylo v USA registrováno 1 258 062 automobilů a bylo vyrobeno 569 054 kusů. V roce 1929 stoupla roční výroba na 5 621 715 a na silnicích se již pohybovalo 26 501 443 aut, tj. pět šestin světové produkce. Na tomto vzestupu měla velký podíl zmiňovaná masová výroba. V polovině 20. let vyrobil Ford již 15 milionů kusů Modelu T a cena automobilu se snížila z 950 dolarů v roce 1909 na 260 dolarů. [169, str. 187-188]

V Evropě se největším výrobcem automobilů stala roku 1923 Velká Británie, která předčila do té doby vedoucí Francii. V roce 1931 otevřel Ford největší závod v Evropě, v Dagenham, poblíž Londýna. [9]

Německému trhu dominovaly značky Volkswagen, Opel, Daimler-Benz a BMW. V roce 1930 Ferdinand Porsche navrhl na základě objednávky Adolfa Hitlera nejznámější vůz značky VW „Brouk“ se zadním pohonem kol a vzduchem chlazeným motorem. První vůz byl vyroben v roce 1936. Jeho výroba skončila až v roce 2003 v Mexiku. Celkem bylo vyrobeno přes 21 milionů kusů. [38]

Na asijském kontinentě byly první vozy vyrobeny v Japonsku, které je dnes největším světovým výrobcem aut. V roce 1914 začala společnost Nissan vyrábět nákladní vozy a prodávat je pod značkou Datsun do té doby, než se v osmdesátých letech název značky změnil na Nissan. Ve 30. letech začal s výrobou vozů dnes největší světový výrobce Toyota. [9]

2.4 VÝVOJ PO 2. SVĚTOVÉ VÁLCE

Po druhé světové válce byly Spojené státy americké absolutní ekonomickou i politickou supervelmocí. Ještě na počátku 50. let tvořila americká ekonomika jednu třetinu světového HDP, 60 % průmyslové výroby a 16 % světového exportu. Pozici americké ekonomiky lze dobře dokumentovat i na příkladě výroby aut. V roce 1950 dosahovala americká produkce 6,7 milionu kusů, proti tomu Britové, Francouzi a Němci dohromady vyrobili jen milion kusů. V Americe v té době jezdilo 40 milionů aut, ve výše zmíněných zemích spolu s Japonskem a Itálií dohromady jen 5 milionů aut. [169, s. 191]

V roce 1953 si američtí zákazníci do svých vozů mohli pořídit první klimatizaci. Poprvé se objevily i bezpečnostní pásy, vynález ale pochází už z konce 19. století. Dnes nejrozšířenější tříbodové pásy byly na trh uvedeny Volvem v roce 1959. [38]

Roku 1958 se na americkém trhu objevily první japonské vozy. Automobilky Toyota a Nissan zde prodaly každá kolem 1000 vozů. V Evropě se japonská auta začala prodávat o rok později. [38]

Automobil Oldsmobile Toronado se stal v roce 1973 prvním vozem, do kterého si zákazníci mohli nechat namontovat airbag. V Evropě patří toto prvenství Mercedesu, který přišel s tímto bezpečnostním prvkem v roce 1980. Roku 1975 se v Americe objevily první katalyzátory, dnes používaný třícestný katalyzátor s lambda sondou poprvé použilo Volvo v roce 1976. [38]

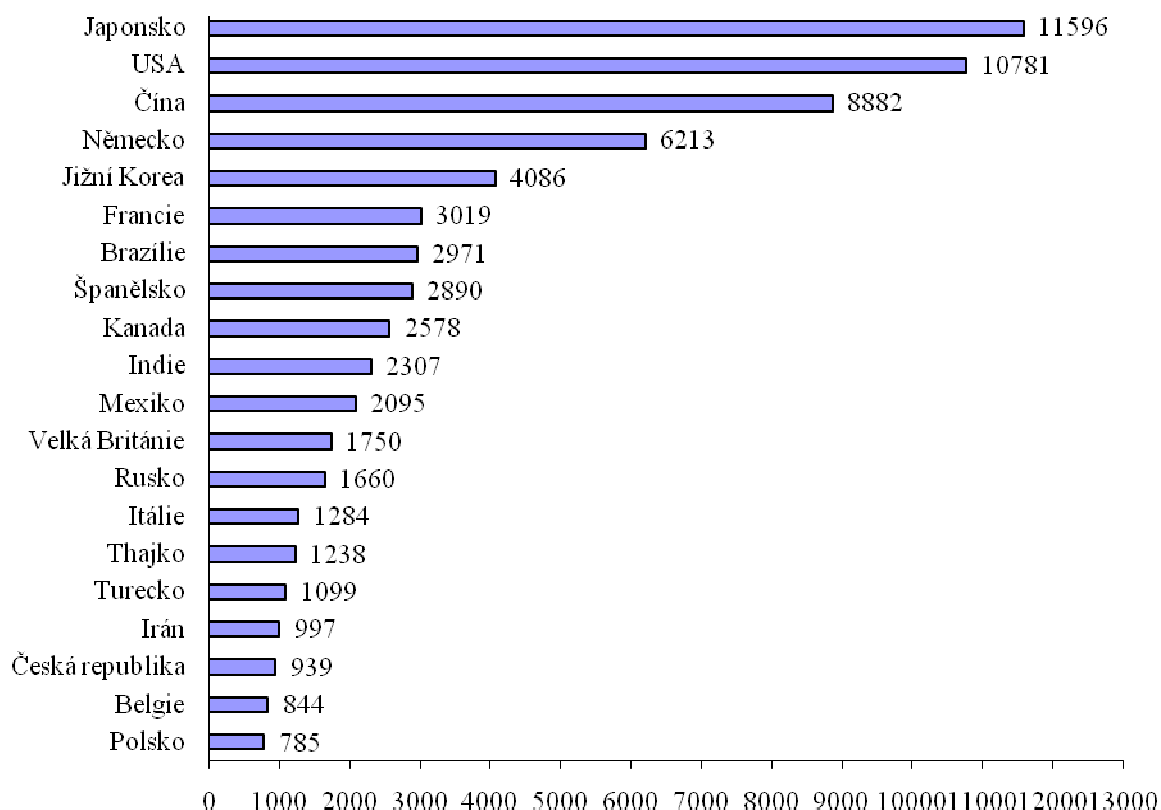
Roku 1974 uvedla automobilka Volkswagen na trhu první generaci vozu VW Golf, který se stal nejprodávanějším automobilem světa. Doposud se prodalo 24 milionů kusů. V současnosti se vyrábí již šestá generace tohoto vozu. [38]

V roce 1997 byl na trhu uveden první hybridní automobil. Stal se jím vůz Toyota Prius s kombinací pohonu spalovacího a elektrického motoru.[38]

2.5 CELOSVĚTOVÁ PRODUKCE V ROCE 2007

V roce 2007 bylo vyrobeno více než 73,15 milionů vozů, což představuje nárůst téměř o 4 miliony kusů oproti roku 2006, kdy bylo vyrobeno 69,22 mil. vozů. V příloze A, B a C jsou zachyceny výrobní závody OEM v Evropě, Asii a Severní Americe v roce 2007. [123]

Od roku 1980 je největším výrobcem vozů Japonsko a nejinak tomu bylo i v roce 2007, kdy japonské automobilky vyrobily téměř 11,6 mil. vozů, což představuje nárůst oproti roku 2006 o 0,1 mil. kusů. Následovány byly Spojenými státy americkými s necelými 10,8 mil. kusů, kde výroba již několik let pozvolna klesá. Ve srovnání s rokem 2006 došlo k poklesu o 0,5 mil. vozů. Třetí příčku obsadila Čínská lidová republika s téměř 8,9 mil. automobily, což představuje nárůst oproti předchozímu roku o 23 %. Čtvrtým největším výrobcem automobilů se stala Spolková republika Německo s 6,2 mil. vozů, kde došlo také k nárůstu výroby a to o 0,4 mil. kusů. Na pátém místě s 4,1 mil. vozů se umístila Jižní Korea. V EU-27 se v roce 2007 vyrobilo celkem 19,7 mil. vozů. Následující obr. 1 obsahuje 20 zemí s největší automobilovou produkcí v roce 2007. [123]



Obr. 1: Výroba osobních automobilů v roce 2007 v 1000 ks

Zdroj: vlastní zpracování dle [9]

2.6 GLOBALIZAČNÍ TENDENCE

Automobilový průmysl je stále více globální a jeho představitelé musí permanentně čelit novým výzvám. Chce-li automobilka obstát, musí svou strategii ofenzivně zaměřit na globální konkurenci. Mnoho podniků považuje globální odbytové trhy za velkou příležitost, jak se vymanit ze stávajících často nasycených trhů a dosahovat zisku. Vzhledem k tomu, že se globální trhy stále více propojují, jsou i nové technologie stále rychleji celosvětově používány. [166]

V posledních desetiletích dochází k masivnímu spojování výrobců automobilů a tím k rozšiřování spektra prodáváných vozů s cílem maximalizovat výnosy z rozsahu při snaze dosáhnout nejvyšších podílů na co největším počtu trhů. S tím je spojena otázka významu národnosti značky jako důležité charakteristiky daného vozu v očích mnohých motoristů, která může být rozhodující při úvahách o koupi nového vozu. [126]

Na počátku 21. století se do značné míry rozmazala kritéria, na jejichž základě bylo dříve možné určit zemi původu konkrétních druhů zboží či služeb. Světový obchod dlouhodobě roste, i když v současné době je jeho růst ohrožován celosvětovou hospodářskou krizí, která je v jisté míře způsobena vzrůstající exportní orientací, jež s sebou zcela logicky přináší také rostoucí závislost jednotlivých podniků na dodávkách surovin, polotovarů a dalších výrobních faktorů ze zahraničí, a tudíž na vývoji ekonomiky v ostatních státech. [126]

Díky tomuto propojování ztrácí určení národnosti výrobku v podmínkách současné globalizované ekonomiky do značné míry svůj původní smysl, přesto k tomu dochází. Způsob hodnocení národnosti automobilových značek není určen, lze pouze vyjmenovat rozhodující faktory, na základě kterých dochází k určení původu automobilky. [126]

Mezi tyto faktory patří:

- vlastnická struktura,
- stát, v němž jsou placeny daně,
- trh s největším podílem a trh, který je největším odbytištěm (tyto trhy nemusí být totožné, např. Škoda Auto dosahuje dlouhodobě největší tržní podíl v České republice

(v roce 2007 50,2 % při prodeji 66 806 vozů) zatímco největším trhem z hlediska počtu prodaných kusů je Spolková republika Německo (v roce 2007 prodáno 112 452 vozů, při 3% tržním podílu),

- národnost zaměstnanců,
- podíl tuzemských dodavatelů,
- země, v níž probíhá výzkum a vývoj,
- vnímání veřejností,
- historie značky. [126]

Na základě výše uvedených faktorů lze tedy k jednotlivým automobilovým koncernům a holdingům přiřadit zemi původu a provést srovnání zemí podle počtu vyrobených vozů.

Největším výrobcem automobilů se v roce 2007 stala japonská Toyota s téměř 9,5 mil. kusů následována americkým General Motors Corporation s 9,3 mil. vozy, k němuž kromě tradičních amerických značek jako Cadillac či Chevrolet patří např. i německý Opel či švédský Saab. Na třetím místě se umístil americký koncern Ford se svou dceřinou společností Mazda s 7,5 mil. kusy. Čtvrtou pozici obsadil německý koncern Volkswagen s 6,3 mil. kusy. První pěti doplňuje ještě francouzsko-japonský koncern Renault-Nissan s 6,1 mil. automobily. Následující tabulka 1 zahrnuje 25 nejvýznamnější výrobců automobilů v roce 2007. [9]

Tab. 1: Největší výrobci automobilů v roce 2007

Společnost	Země původu	Značky	Počet vozů
Toyota	Japonsko	Daihatsu, Hino, Lexus, Scion Toyota	9497754
General Motors Corporation	USA	Buick, Cadilac, Chevrolet, Daewoo, GMC, Holden, Hummer, Opel, Pontiac, Saab, Saturn, Vauxhall	9349818
Ford -Mazda	USA/Japonsko	Ford, Lincoln, MazdaMercury, Troller, Volvo	7534236
Volkswagen	Německo	Audi, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Scania, Seat, Škoda, Volkswagen	6346222
Renault-Nissan	Francie/Japonsko	Dacia, Infiniti, Nissan, Renault, Renault Samsung	6100438
Hyundai Kia Automotive Group	Jižní Korea	Hyundai, Kia	3987055
Honda Motor Company	Japonsko	Acura, Honda	3911814
PSA Peugeot Citroën	Francie	Citroën, Peugeot	3457385
Fiat S. p. A.	Itálie	Abarth, Alfa Romeo, Ferrari, Fiat, Iveco, Lancia, Maserati	2679451
Suzuki Motor Corporation	Japonsko	Maruti Suzuki, Suzuki	2596316
Chrysler LLC	USA	Chrysler, Dodge, Jeep	2538624
Daimler AG	Německo	Freightliner, Maybach, Mercedes-Benz, Mitsubishi Fuso, Smart	2096977
BMW AG	Německo	BMW, MINI, Rolls-Royce	1541503
Mitsubishi Motors Corporation	Japonsko	Mitsubishi	1411975
AvtoVAZ	Rusko	Lada, VAZ	735897
Firt Automotive Group Corporation	Čína	Hongqi, Besturn, Jiefang, Haima, Xiali	690712
Tata Motors Limited	Indie	Hispano, Jaguar, Land Rover, Tata, Tata Daewoo	588158
Fuji Heavy Industries	Japonsko	Subaru	585028
Chang'an Automobile	Čína	Chang'an, JMC, Landwind	543787
Isuzu Motors	Japonsko	Isuzu	532013

Zdroj: vlastní zpracování dle [9]

Z údajů o výrobě automobilů vyplývá, že existují čtyři velká produkční centra: Evropská unie, Spojené státy americké, Japonsko a nově také Čína. Vývoj dynamiky produkce v EU, USA a Japonsku je podobný, dlouhodobě charakterizován konstantní či jen velmi mírně zvyšující se výrobou automobilů. V roce 2008 však došlo díky celosvětové hospodářské krizi k prudkému propadu prodejů na těchto takzvaných triádních trzích, což mělo za následek omezení výroby. **Celosvětová produkce automobilů tak loni klesla na 69,2 mil. vozů**, což představuje snížení výroby oproti roku 2007 o 3,9 %. I výroba osobních vozů klesla o 5 % na 57,5 mil. [159]

Vývoj v Číně je odlišný, v posledních několika letech byl nárůst v produkci automobilů velmi výrazný, díky čemuž si alespoň prozatím tento trh uchoval růst i v období krize. Vloni zde bylo zaregistrováno celkem 5,5 mil. osobních vozů, což představuje zvýšení o 7,8 % oproti roku 2007. Dynamika růstu ovšem výrazně zpomalila, zejména s ohledem na zvýšené ceny pohonných hmot a opatření vlády na potlačení inflačních tendencí. [159]

2.7 KRIZE V AUTOMOBILOVÉM PRŮMYSLU

Po rekordních hodnotách celosvětových prodejů osobních vozů v roce 2007 došlo v loňském roce k jejich poklesu na 55,7 mil. vozů, což představuje snížení o 5,9 %. Dopady globální finanční krize v průběhu roku citelně rostly a vyústily, i v důsledku napjaté situace na bankových trzích, ve zdrženlivost konečných spotřebitelů. Tento vývoj byl přitom ještě přirostřen zvýšením cen surovin a energií v první polovině roku 2008. [159]

Nadprůměrné poklesy prodejů zaznamenaly především trhy v Severní Americe a západní Evropě. Pozitivní vývoj proti tomu pokračoval na trzích střední a východní Evropy a Asie. Ve druhé polovině roku ovšem i zde došlo ke snížení dynamiky růstu. [159]

Automobilový průmysl ve Spojených státech amerických byl doposud zasažen krizí nejvíce. Vysoká cena pohonných hmot donutila zákazníky odstoupit od koupě velkých vozů, které jsou vyráběny převážně americkými automobilkami General Motors, Ford a Chrysler. Představitelé těchto společností byli kritizováni veřejností, že navzdory dlouhodobě rostoucí ceně ropy nadále vyrábějí neekonomická vozidla. Do popředí se tak dostaly levnější japonské a evropské automobily s nižší spotřebou. [10]

Automobilový průmysl je sektorem ekonomiky, v němž se důsledky ekonomické krize projevují nejmarkantněji, neboť právě automobilový průmysl se významným způsobem podílí na výkonu ekonomiky státu. Jeho oslabení tedy znamená pro řadu zemí nejen výrazný zásah do vývoje a výkonu ekonomiky, ale také do rozpočtu státu. Automobilový průmysl zaměstnává velké množství lidí a je napojen na celou řadu další firem. Snižování výroby a masivní propouštění pracovníků automobilek se přelévá a dostává do problémů další odvětví, především dodavatele, kteří jsou v krajním případě nuceni zastavit výrobu. [10, 34, 145]

Vlády jednotlivých zemí proto přistupují k tzv. **protikrizovým opatřením**, která mají posílit poptávku na trhu automobilů a tím tento trh oživit:

- Spojené státy americké po poskytnutí finanční injekce ve výši 25 mld. USD na podporu vývoje ekologických automobilů plánují letos poskytovat daňové úlevy a podobné výhody při nákupu automobilu.
- Prozatím 11 z 27 členských států Evropské unie (např. Německo, Francie, Itálie, Lucembursko, Španělsko, Portugalsko, Rumunsko) se zavázalo poskytnout tzv. šrotovné ve výši až několika tisíc eur při nákupu nového vozu, pokud zákazník současně nechá sešrotovat svůj starý vůz. Přesné podmínky pro získání šrotovného a jeho výše jsou v každém státě jiné.
- Francie dále přislíbila poskytnout automobilkám Renault, PSA Peugeot Citroen a filiálce Renault Trucks půjčku v celkové výši 6,5 miliard eur pod podmínkou, že v následujících pěti letech nebudou zavírat továrny a propouštět zaměstnance. Vláda dále počítá s podporou financování splátkového prodeje vozidel, který využívá většina Francouzů a podporou subdodavatelů v automobilovém průmyslu.
- Německá vláda dále vydala opatření týkající se osvobození nově nakoupených vozidel od placení daně z motorových vozidel pod dobu 1-2 let.
- Velká Británie prostřednictvím Evropské komise počítá s garantováním úvěrů automobilkám. Dále plánuje poskytnout dotaci automobilce Jaguar Land Rover na výrobu nového ekologického vozu.
- Vláda České republiky vydala opatření, které počítá s tím, že od 1. 4. 2009 budou mít firmy a živnostníci možnost odpočtu DPH při pořízení osobních vozidel pro firemní účely. Uvažuje se i o zavedení šrotovného.

- Rusko v prosinci 2008 zvýšilo clo na dovoz automobilů na 30 %. V průběhu letošního roku chce navíc ze státní pokladny vynaložit přibližně 12,5 miliardy rublů na nákup automobilů místní výroby pro úřady, čímž chce posílit poptávku v automobilovém průmyslu.
- Státní banka Indie snížila úrokovou sazbu z úvěrů poskytovaných na nákup vozu.
- Čínská vláda snížila daně spojené s nákupem nového vozu, aby tak povzbudila prodej domácích aut. [10, 34, 145]

Jaký dlouhodobý efekt budou mít jednotlivá vládní opatření a které automobilky přežijí nejhorší depresi posledních desetiletí, ukáže vývoj v příštích několika měsících. Zavedení šrotovného sice některým automobilkám pomohlo, ale i přesto se prodej nových aut v Evropě za letošní první tři měsíce meziročně propadl o 17,2 procenta. Ve Španělsku došlo dokonce k 38,7 % poklesu. Velká Británie zažila pád o 30,5 %. Jednou z mála zemí, kde došlo k meziročnímu nárůstu prodeje, bylo Německo, které zavedlo šrotovné ve výši 2500 € od ledna tohoto roku. Ve srovnání s loňským březnem zde letos došlo k nárůstu prodeje o 39,9 %. Zavedení daně dotace zvýšilo prodeje hlavně menších vozů. S prodejem 714 453 nových vozů si mezi jednotlivými značkami udržel německý koncern Volkswagen první místo na trhu. [8, 47]

Podle některých odborníků zbyde po následujících 2 letech pouze šestice automobilových koncernů, která absorbuje část dosud samostatných a v dané situaci šťastnějších značek, přičemž ale řada z nich zcela zanikne. Jiní odborníci se domnívají, že naopak k žádnému velkému fúzování nedojde, neboť většina společností má problémy sama se sebou a nestojí o další starosti, které by s sebou do svazku přinesl potenciální partner. [47]

Nicméně i přes krizi, která v automobilovém průmyslu probíhá, je tento průmysl významným zdrojem zaměstnanosti, tahounem mnoha národních ekonomik a zároveň velkým příslibem do budoucna.

3. VSTUP NA NOVÉ TRHY

Současná internacionalizace ekonomiky se v mnoha odvětvích nedá zastavit. Soustředění se na domácí trh už není dostačující ani pro středně velké podniky, natož pak pro výrobce automobilů a vedle zajištění existence zde hraje v rámci provozního rozhodování významnou roli také ziskový a růstový potenciál, který se nabízí právě na zahraničních trzích.

S rozhodováním o expanzi na tyto trhy je spojeno mnoho překážek včetně měnících se hranic, nestabilních vlád, problémů s mezinárodní výměnou, korupcí a technologickým pirátstvím. Je zcela zřejmé, že firmy zapojené do mezinárodní dělby práce nemají jinou možnost než se internacionalizovat. Chce-li se tedy firma stát součástí světového obchodu, musí učinit sérii rozhodnutí:

- zda expandovat do zahraničí,
- na které trhy vstoupit,
- způsob vstupu na trh. [97, s. 361-362]

Podmínky na zahraničních trzích a možnosti vstupu na ně jsou obsahem následujících podkapitol. Závěr kapitoly je věnován konkrétním formám vstupu, které umožňují čínské zákony.

3.1 ROZHODOVÁNÍ O VSTUPU NA MEZINÁRODNÍ TRHY [97, s. 362-363]

Řada podniků by dala přednost tomu, aby mohly zůstat domácí firmou, je-li jejich domácí trh dostatečně velký. Manažeři se potom nemusejí učit cizím jazykům a zákonům, čelit kurzovým výkyvům či politické a právní nestabilitě nebo upravovat produkty tak, aby vyhověly odlišným potřebám a očekáváním nových zákazníků. Podnikání na domácí půdě je v tomto směru snazší a bezpečnější.

K rozhodnutí vstoupit na zahraniční trh mohou firmu přimět následující faktory:

- nadnárodní firmy díky masové produkci často dosahují nižších jednotkových nákladů a mohou tak s nižšími cenami napadnout domácí trh,
- na některém zahraničním trhu je možné dosáhnout vyššího zisku než na domácím trhu,

- snaha o snížení závislosti na jediném trhu,
- odchod zákazníků do zahraničí a vyžadování i zde služeb této firmy,
- využití nadbytečných výrobních kapacit.

Se vstupem na cizí trhy je ovšem spojena i řada rizik, jež by měla být před konečným rozhodnutím zvážena.

3.2 VÝBĚR ZAHRANIČNÍCH TRHŮ

Výběr zahraničních trhů patří k základním strategickým rozhodnutím managementu firmy. Při výběru relevantních zemí dochází ke složitému komplexnímu hodnocení mnoha různých kritérií, která si podnik stanoví podle specifčnosti situace a na jejichž základě dochází k postupné selekci států. Tato kritéria lze v podstatě rozdělit do následujících třech skupin:

- atraktivnost země,
- tržní bariéry a
- riziko země. [13, s. 100-103]

Atraktivnost dílčího trhu popisuje možné snesitelné šance v jednotlivých hodnocených zemích. K nejvýznamnějším hlediskům srovnání patří:

- objem trhu, tzn. celek neprodejných produktů na trhu jedné země v určitém časovém období,
- růst trhu, tzn. procentuální zvyšování objemu trhu v jedné určité periodě,
- struktura odběratelů zahrnující počet, velikost, potřebu a kupní sílu potenciálních zákazníků v jednotlivých zemích,
- zásobování energiemi, surovinami, součástkami a polotovary,
- dosažitelné ceny v jednotlivých státech a
- všeobecná okolní situace. [13, s. 100-103]

Tržní bariéry vyznačují souhrn všech podmínek, jejichž splnění je potřebné ke vstupu na trh v určité zemi. Jedná se především o protekcionistické a ekonomické tržní bariéry. Protekcionistické bariéry spočívají v tarifních (např. clo) a netarifních obchodních

překážkách, jako jsou importní omezení a subvence. Jejich cílem je ochrana domácího hospodářství před zahraniční konkurencí. K ekonomickým tržním bariérám lze zahrnout preferenční výhody domácích firem, které musí podnik zajišťující se o vstup na trh překonat pomocí zvýšených marketingových nákladů nebo cenovými ústupky, s čímž je úzce spojena vyšší potřeba kapitálu a úsilí při zajišťování přístupu k odbytovým kanálům. [13, s. 100-103]

Jako další významná tržní bariéra se na jedné straně projevuje i riziko země, které ovšem zároveň ve vysoké míře určuje atraktivitu země. Rizika lze rozdělit na politická a hospodářská. **Politická rizika** pramení z nebezpečí, že se nevyskytnou předem viditelné změny politických struktur a právních obyčejů. K nim patří:

- riziko vyvlastnění, tzn. z důvodu zestátnění či znárodnění může dojít k částečnému nebo úplnému vyvlastnění podniku,
- riziko převodu, které nastává, pokud nějaká země není schopna nebo nechce splnit své platební povinnosti, jako jsou úroky, amortizace, atd.,
- dispoziční riziko, tzn. omezení podnikatelského obchodního prostoru na základě sociálních nepokojů, války apod.,
- riziko náhrady, pokud by se hostitelská země rozhodla nahradit dosavadní import lokální výrobou,
- fiskální riziko plynoucí z fiskální a peněžní politiky země,
- bezpečnostní riziko ve smyslu ohrožení života, zdraví a svobody zaměstnanců a jejich příbuzných v hostitelské zemi,
- právní riziko plynoucí z rozličných právních norem a těžkostí právního stíhání a prosazování práva v jednotlivých zemích. [13, s. 100-103]

Hospodářská rizika mohou nastat z ne předem viditelných změn ekonomických proměnných. Patří k nim především platební riziko, které je podmíněno nesolventností zahraničních partnerů, měnové riziko plynoucí z kolísání měnového kurzu a transportní riziko, tzn. nebezpečí, že zboží nedorazí vůbec, dorazí se zpožděním nebo na nesprávné místo určení, a nebezpečí úbytku a zkažení během transportu. [13, s. 100-103]

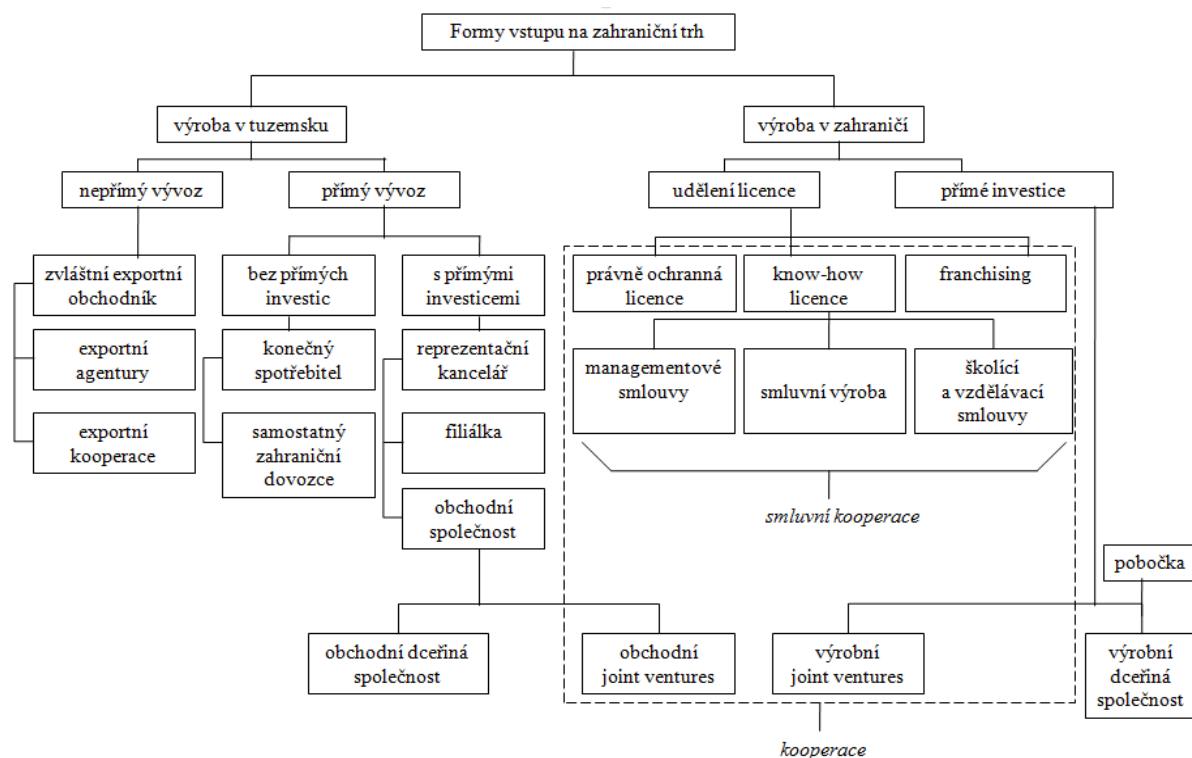
K posouzení rizik zemí se používají kvantitativní a kvalitativní metody. Podstatou kvantitativního výzkumu je zjištění veličin, které jsou ve své podstatě charakterizovány číslem. Základem kvalitativního výzkumu je zjištění motivace. [122, s. 171-172]

3.3 FORMY VSTUPU NA MEZINÁRODNÍ TRH [13, s. 135]

Pokud se podnik rozhodne být aktivní na nějakém zahraničním trhu, volí mezi širokým spektrem alternativ, které sahají od jednoduchého nepřímého exportu až po zřízení vlastní dceřiné společnosti. Systematičnost forem vstupu na trh může nastat dle následujících kritérií:

- převod a účast kapitálu,
- výše rizika,
- těžiště tvoření hodnot,
- kontrola,
- rozsah spolupráce s ostatními podniky,
- transakční náklady u alternativních forem zpřístupnění trhu.

Následně se jednotlivé formy vstupu na trh rozlišují podle toho, zda bude výroba probíhat doma, či v zahraničí. Kromě toho je brán zřetel i na to, zda je vstup na trh spojen s přímou investicí, nebo ne. Obrázek 2 ukazuje z toho plynoucí systematiku. V následujících podkapitolách jsou jako nejdůležitější formy vylíčeny export, licenční smlouvy a přímé investice.



Obr. 2: Systematičnost možných forem vstupu na zahraniční trh

Zdroj: vlastní zpracování dle [13, s. 136]

3.3.1 Výroba v tuzemsku [13, s. 135-137]

Vstup na zahraniční trh pomocí exportu při zajištění výroby na domácím trhu je nejjednodušší možnost, jak navázat styky s nějakým trhem v zahraničí. Vstup je často spojen pouze s malou změnou výrobku, organizace podniku i úkolu podniku, umožňuje však okamžité dosažení obratu. Výhody exportu spočívají v tom, že se může uskutečnit i s malými zahraničními zkušenostmi a v malých podnicích, umožňuje flexibilní reakce na změnu okolí a není nutný žádný převod kapitálu, managementu a personálu. Export je nevhodný, pokud se mohou vyskytnout tarifní a netarifní obchodní překážky, u silně kolísavých směnečných kurzů, u vysokého platebního rizika a u těžce transportovatelného zboží. Existují dvě základní formy exportu: nepřímý a přímý.

3.3.1.1 Nepřímý export [13, s. 137]

U nepřímého exportu není domácí výrobce sám aktivní na zahraničním trhu, nýbrž pro jeho zabezpečení využívá nezávislé zprostředkovatelské firmy, mezi které patří:

- ***zvláštní exportní obchodník*** – jedná se o vnitrozemského distributora, příp. exportní dům, který se specializuje na stanovený sortiment nebo zemi a prodává dané zboží na vlastní odpovědnost,
- ***exportní agent*** – tj. obchodní zástupce, obchodní makléř či jednatel, který sídlí v domovině výrobce a prodává exportní zboží ve vlastní režii, ale na účet udělovatele, který je stále vlastníkem zboží,
- ***exportní kooperace*** – znázorňuje sloučení vyvážejících podniků, které sice zůstanou hospodářsky a právně samostatné, avšak některé nebo všechny funkce exportu přenesou na centrální exportní orgán, který obchody vyřídí vlastním jménem nebo jménem onoho členského podniku.

Aplikace nepřímého exportu je pro podnik výhodná tehdy, pokud má vývozní podnik malé zahraniční zkušenosti, disponuje malými finančními a personálními zdroji a chtěl by své odbytové šance hledat s co možná nejmenším rizikem, poněvadž může znovu využít dlouholeté zkušenosti propojených exportních orgánů. Nevýhoda spočívá v tom, že se podnik zříká přímých kontaktů se zahraničními odběrateli a spotřebiteli.

3.3.1.2 Přímý export [13, s. 138-139]

V rámci přímého exportu zajišťuje příslušnou činnost související s vývozem zboží na všechny trhy sám podnik. Přímý export může, ale také nemusí být spojen s přímými investicemi.

Přímý export bez přímých investic je charakterizován tím, že vlastní podnikové oddělení pro export rozděljuje výrobky z domova přímo zahraničním odběratelům, kterými může být jednak konečný spotřebitel a jednak samostatný zahraniční dovozce, který zboží dále prodává konečným zákazníkům.

Přímý export s přímou investicí představuje určitý kapitálový podíl v zahraničí. Podle jeho výše a dle intenzity hospodářského prolínání lze rozlišit následující varianty:

- **reprezentační kanceláře** – jsou prvním stupněm vlastního zastoupení na zahraničním trhu. Exportní podnik vyšle obchodního vedoucího, který na místě určení zakládá většinou s malým počtem spolupracovníků reprezentační kancelář, která je po personální i organizační stránce součástí podniku. Jejím úkolem je otevření trhu, jeho pozorování, vybudování obchodních spojení a péče o ně;
- **filiálky** – často vycházejí z reprezentačních kanceláří, stejně jako ony nejsou vlastní právnickou osobou, ale musí být zapsány do oficiálního registru (např. do obchodního rejstříku). Ve srovnání s reprezentačními kancelářemi disponují větším množstvím personálu, většími rozhodovacími pravomocemi a jsou pověřeny důležitějšími podnikovými funkcemi;
- **obchodní společnosti** – představují nejintenzivnější kapitálovou formu přímého exportu, přebírají skladování a prodej výrobků i provádění údržby a servisu. Jedná se o samostatné právnické osoby, které jsou zaneseny do registru a mohou uzavírat obchody na vlastní zodpovědnost. Mohou mít formu dceřiné obchodní společnosti nebo obchodní joint venture.

Výhoda přímého exportu ve srovnání s nepřímým spočívá ve větší blízkosti k trhu a větší kontrolovatelnosti. Hlavní nevýhodou je v případě přímých investic vyšší riziko.

3.3.2 Výroba v zahraničí

Výroba v zahraničí může být realizována na základě udělení licence nebo za použití přímých investic.

3.3.2.1 Poskytování licencí

Poskytování licencí představuje pro firmu jednoduchý způsob, jak se zapojit do mezinárodního obchodu. Majitel licence uzavírá dohodu s jejím nabyvatelem, který tak získává právo ji využívat ve výrobě a v obchodování, právo na využívání patentu, obchodního tajemství a dalších hodnot za určitý poplatek nebo autorský honorář. Majitel licence se tak dostává na zahraniční trh s minimálním rizikem. Nabyvatel licence naopak získává výrobní zkušenosti nebo velmi známý produkt či značku, umožňující bezproblémový start. Poskytování licencí s sebou přináší také nevýhody, jde např. o menší možnost kontroly nad nabyvatelem, než kdyby měla firma v dané zemi vlastní provozovnu nebo nebezpečí vzniku nového konkurenta po uplynutí platnosti licence. Tomu mohou poskytovatelé licencí předcházet tím, že budou stát v čele technického pokroku a vytvářet tak nepřetržitý stav závislosti nabyvatele licence. [97, s. 370-373]

V závislosti na předmětu licenční smlouvy lze rozlišit následující formy udělení licence:

- ***právně ochranná licence*** – spočívá v udělení živnostenské právní ochrany, např. se jedná o patentní licence nebo licence ochranné značky,
- ***know-how licence*** – spočívá v přenesení technických nebo provozně-hospodářských znalostí a zkušeností jako je výrobní nebo obchodní tajemství, jde např. o managementové či vzdělávací a výcvikové smlouvy týkající se personálu, nebo o smluvní výrobu, kdy jsou v zahraničí vyráběny výrobky výlučně pro zadavatelský podnik, který je následně sám označí,
- ***franchizing*** – obsahuje prvky obou výše uvedených forem. Franchizer převádí na franchizanta ochranná práva a know-how formou technologicko-managementového balíčku, popř. zahrnutím technické a obchodní konzultace. Franchizant je povinen podřídit se vedení podniku franchizera, nese plné riziko, ale také participuje na image dárce franchizi. [13, s. 139-141]

3.3.2.2 Přímé investice

Přímé investice představují takovou formu vstupu firmy na cizí trh, kdy zahraniční společnost koupí celou místní firmu nebo její část, případně zde vybuduje vlastní závod. Výhody jsou spatřovány v tom, že zde může firma dosáhnout nižších mzdových i materiálových nákladů, investičních pobídek ze strany zahraniční vlády a úspory nákladů na dopravu, dále pak dochází ke zlepšení image firmy díky vytváření pracovních příležitostí a akceptaci značky jako lokální. [97, s. 374]

Z hlediska výše investovaného kapitálu, lze definovat tyto formy podnikání:

- **joint venture** – je společnost, která je založena a kontrolována minimálně dvěma právně a hospodářsky samostatnými podniky. V závislosti na výši vkladu dochází k rozdělení rizik, zisků a rozhodujících oprávnění mezi partnery. Většinou se jedná o dlouhodobou spolupráci.
- **zcela ovládaný podnik** – může mít podobu pobočky nebo dceřiné společnosti. Pokud se jedná o pobočku, je ručení u domácího podniku, který zisky vzniklé v zahraničí zdaňuje doma. Dceřiná společnost je právně samostatná, zdanění zisku, s výjimkou zisku převedeného na domácí mateřskou společnost, se děje v zahraničí. [13, s. 142-143]

3.4 VSTUP ZAHRANIČNÍCH SPOLEČNOSTÍ NA ČÍNSKÝ TRH

3.4.1 Důvody pro vstup na čínský trh [90, s. 76-77]

Při rozhodování podniku o vstupu právě na čínský trh hrají nejdůležitější roli tyto tři motivy:

- odbyt – získání zákazníků,
- náklady – zlepšení struktury nákladů,
- celková strategie – zvýšení zisku společnosti.

Čína je země, ve které je každý z těchto důvodů velmi významný. Z hlediska odbytu nabízí čínský trh obrovské množství konečných zákazníků, z toho vyplývá i vysoká poptávka po automobilových výrobcích. V současné době zde má téměř každá automobilka své zastoupení. Z hlediska nízkých nákladů zaujímá lokalita ČLR celosvětově vedoucí pozici,

nezávisle na tom, zda jsou výrobky nebo komponenty vyrobené v Číně prodávány zde nebo jinde na světě. A konečně i z pohledu celkové podnikové strategie růstu globálního významu firmy může být vstup do Čínské lidové republiky zajímavý. Mohou zde být provozovány některé podnikové činnosti jako výroba, nákup nebo také výzkum a vývoj pro celý koncern anebo posíleny výhody plynoucí z globálního působení firmy.

3.4.2 Podmínky vstupu zahraničního kapitálu

Podmínky pro založení podniku zahraničními investory v ČLR jsou jiné než v zemích Evropské unie. Založení je možné až po schválení odpovídajícím státním úřadem. Jestli a v jaké formě bude povolení uděleno, záleží na plánovaném projektu. [81]

Dle rozhodnutí „Decision on Reforming the Investment System“ z 1. 7. 2004 došlo k úpravě podmínek pro investování. Vedle těchto předpisů k řízení investic, které platí od roku 2002, existuje publikace „Regulations for Guiding the Direction of Foreign Investment“, která klasifikuje zahraniční investice do těchto tří oborů:

- zakázané (např. sociální výzkumy),
- s omezením (např. výstavba a provoz velkých tematických parků, průzkum trhu, výroba filmů, televizní a rádio vysílání),
- podporované (např. výroba integrovaných obvodů, vývoj softwaru, vývojová a výzkumná centra). [135]

Místní vlády mohou schvalovat zahraniční investice v podporované kategorii samostatně. Zahraniční investice do omezených či zakázaných oborů musí být schváleny z ústředí. Zařazení projektu do určité kategorie nemusí být zcela striktní. [135]

Se vstupem do Světové obchodní organizace se Čínská lidová republika zavázala k postupnému uvolnění některých z hlediska zahraničních investic strategických oblastí, jako je např. bankovníctví, telekomunikace, maloobchod, velkoobchod a distribuce. [135]

3.4.3 Možné formy vstupu zahraničních investorů

Zahraniční investoři se musí na začátku rozhodnout, v jaké právní formě projekt uskuteční. Dle čínského práva existují tři typy společností. Podle zaměření podnikových aktivit si lze vybrat mezi:

- reprezentační kanceláří,
- joint venture (společný podnik),
- wholly foreign owned enterprise (společnost plně vlastněná zahraničním subjektem). [81]

Zakládání reprezentačních kanceláří, joint venture či podniků plně vlastněných zahraničním subjektem je v Číně poměrně složitá procedura a pro obstarání prvních povolení je většinou nutné využít služeb čínských zprostředkovatelských kanceláří, specializovaných zahraničních poradenských firem nebo prověřeného čínského partnera. Počet společností ať už ryze čínských nebo se zahraničním managementem, které poskytují služby při zakládání trvalého zastoupení v ČLR postupně roste a spolu s ním se zlepšuje i kvalita nabízených služeb. [135]

V Číně dnes existuje více než 600 000 podniků, které byly založeny zahraničními investory. [81]

3.4.3.1 Reprezentační kancelář

Reprezentační kancelář je brána jako nejjednodušší varianta působení firmy v Čínské lidové republice. Reprezentační kancelář se zaměřuje na vyhledávání a zprostředkování kontaktů, poradenskou a konzultační činnost, marketing a další neziskové aktivity. Provádění obchodní činnosti je zakázáno. Vzhledem k tomu, že reprezentační kanceláře nemají právní subjektivitu, nespádají mezi plátce daně z příjmu právnických osob, ale platí daň pro zahraniční podniky, která se stanovuje z nákladů kanceláře (ne tedy ze zisku, protože reprezentační kanceláře nemohou provádět žádné ziskové činnosti). Výjimky jsou částečně možné, závisí ovšem vždy na okolnostech jednotlivých případů. To ovšem neplatí pro zahraniční zastoupení právních, účetních a daňových poradců, protože to není reprezentační kancelář v pravém slova smyslu. [81]

Reprezentační kancelář může sice připravit smlouvy až do fáze těsně před podpisem, ale není oprávněna vystavit fakturu, přímo ani jménem mateřské společnosti uzavírat smlouvy a dovážet výrobky z mateřské společnosti. [81]

Reprezentační kancelář může v podstatě vykonávat pouze tyto činnosti:

- provést analýzu trhu a připravit stanoviska pro mateřskou společnost,
- vytvářet místní a mezinárodní kontakty mezi podniky v Číně a mateřskou společností,
- koordinovat aktivity mateřské společnosti v Čínské lidové republice a organizovat obchodní schůzky mezi zástupci mateřské společnosti a čínskými klienty. [81]

Pro zřízení reprezentační kanceláře je třeba získat celou řadu povolení od různých institucí, Ministerstvem obchodu počínaje, přes registraci u soudu, na daňových a celních úřadech až např. po registraci na úřadě, který vydává i povolení k trvalému pobytu. Veškeré žádosti musí být předkládány v čínském jazyce a často i čínským zástupcem. [95]

K žádosti o zřízení reprezentační kanceláře, která je podávána na Ministerstvo obchodu a jejíž lhůta pro vyřízení je 30 dnů, je nutno ***doložit následující dokumenty***:

- Application Letter (na hlavičkovém papíře zakladatele), který obsahuje informace typu: údaje o mateřské firmě, jaký je účel založení reprezentační kanceláře, předpokládaná doba jejího fungování, jméno vedoucího, název a adresa kanceláře, atd.
- Certificate of Incorporation – tj. výpis z obchodního rejstříku. V tomto případě postačí někdy anglická kopie, nemusí být originál.
- Credibility Letter - jedná se o bankovní referenci ke spolehlivosti firmy. Platnost tohoto dokladu je 3 měsíce od jeho vydání příslušnou bankou.
- Appointment Letter – s uvedením vedoucího reprezentační kanceláře, dále je nutné přiložit jeho stručný životopis, fotokopii pasu a několik pasových fotografií.
- Nájemní smlouva – nejprve je nutné sjednat pronájem kancelářských prostor, aniž by bylo možné je označit jménem firmy. To lze provést až po ukončení schvalovacího procesu. Z důvodu úspory nákladů si zahraniční společnosti zpravidla pronajímají provizorní minimální prostory (např. jménem mateřské firmy), které později vymění za větší, jež vyhovují jejich činnosti.
- Doporučení od čínského partnera nebo od zprostředkovatelské kanceláře. [95]

Reprezentační kancelář bývá zpravidla schválena na 3 roky. O prodloužení je možné požádat nejpozději 30 dnů před skončením platnosti. Důležité je také vzít v úvahu, že všechny statky, které jsou pro zástupce reprezentační kanceláře dovezeny, podléhají běžným dovozním clům. Což je známkou toho, že čínská vláda má jen malý zájem na zřízení zahraniční reprezentační kanceláře. Tabulka 2 sumarizuje výhody a nevýhody reprezentační kanceláře v Číně. [90, s. 97-98]

Tab. 2: Výhody a nevýhody reprezentační kanceláře v ČLR

Výhody	Nevýhody
průzkum trhu a získávání místních zkušeností	relativně nižší stupeň propojení s místními institucemi
prezentace značky	nízká podpora ze strany hostitelské země
podpora exportu	žádné přizpůsobení výrobku
relativně nízký objem investic	směnný kurz

Zdroj: vlastní zpracování dle [90, s. 98]

Reprezentační kancelář je vhodná jako forma vstupu na trh, pokud je tento příliš malý pro rozsáhlejší aktivity nebo pokud má přítomnost na teprve se rozvíjejícím trhu sloužit k včasnému pozicionování značky nebo budování kontaktů s případnými partnery pro spolupráci, ale rozsáhlejší aktivity se z důvodu různých rizik nezdají být smysluplné. Vesměs jsou znalosti koncentrovány v jedné osobě a mohou být ztraceny v případě, že se tento zaměstnanec rozhodne podnik opustit. [90, s. 97-98]

3.4.3.2 Joint venture

Joint venture je nejstarší investiční forma vstupu na čínský trh. Jedná se o společný podnik, který musí založit alespoň jeden zahraniční a jeden čínský partner. Joint venture je vlastně možnou alternativou k wholly foreign owned enterprise (společnosti plně vlastněné zahraničním subjektem) v těch hospodářských odvětvích, ve kterých není založení WFOE povoleno. [81]

Někdy vede spolupráce s místním partnerem k určité ztrátě nezávislosti, ale zahraniční investor z toho může i profitovat v případě, že čínský partner má určitý potenciál (např. místní nebo regionální podporu úřadů, dobré znalosti trhu, vlastnictví půdy, dobré kontakty s dodavateli). Navíc díky tomuto partnerství dochází ke snížení startovacích nákladů a současně ke zvýšení šancí na úspěch. Čínský partner se může stát pomyslným jazýčkem na vahách rozhodující o úspěšnosti vstupu dané firmy na čínský trh. Nicméně je nutné se ubránit přehnaným očekáváním. [81]

V zásadě existují 2 *formy joint venture*:

- equity joint venture,
- contractual joint venture [81]

Equity joint venture je právnická osoba s ručením omezeným, kde práva a povinnosti odpovídají podílu jednotlivých společníků. Minimální podíl zahraničního investora musí být alespoň 25 %, horní hranice není stanovena. Jeho výše je závislá na celkové investované sumě, jak je zobrazeno v tabulce 3. [135]

Tab. 3: Procentní podíl zahr. kapitálu v závislosti na výši celk. kapitálu u equity joint venture

Celkové investice	Podíl zahraničního kapitálu
< 3 mil. USD	min. 70 % celk. investic
3-10 mil. USD	min. 50 % celk. inv. (při inv. pod 4,2 mil. USD min. 2,1 mil. USD)
10-30 mil. USD	min. 40 % celk. inv. (při inv. pod 12,5 mil. USD min. 5 mil. USD)
> 30 mil. USD	min. 33,3 % celk. inv. (při inv. pod 36 mil. USD min. 12,5 mil. USD)

Zdroj: vlastní zpracování dle [90, s. 103]

Contractual joint venture je společný podnik, který zpravidla vzniká na kratší dobu nebo při investičních projektech týkajících se infrastruktury. Není nutná registrace jako právnická osoba, zisky nemusí být rozděleny podle podílů, ale na základě smluvního ujednání. Minimální podíl zahraničního investora je taktéž 25 %, maximální hranice neexistuje. [135]

Založení joint venture předchází několik kol jednání. V tom prvním je projednán a podepsán Letter of Intent, který vyjadřuje záměr obou stran založit společný podnik. Čínský partner poté zpracuje a předkládá nadřízeným institucím předběžnou ekonomicko-technickou studii, která již řeší a formuluje nejen předmět smlouvy, ale také způsob financování, kapitálovou

návratnost a kapitálový podíl obou stran. Jestliže je tato předběžná studie v souladu se záměry, které odpovídají kritériím, jež jsou stanovena zodpovědnými čínskými institucemi, zpracuje čínský partner podrobnou ekonomicko-technickou studii, kterou předkládá provinčním plánovacím orgánům a Ministerstvu obchodu. V řadě případů přenáší Ministerstvo obchodu pravomoci na místní instituce, které mají vůči ministerstvu pak jen oznamovací povinnost. Důležitými kritérii při schvalovacím řízení je případná orientace společného podniku na export, zda je postaven na bázi moderní technologie, nebo zda se uvažuje o zaškolení čínských techniků atd. [95]

Po souhlasu příslušných institucí se založením joint venture je třeba provést registraci podniku prostřednictvím Státní správy pro průmysl a obchod. Ta se provádí na základě předložení následujících dokumentů:

- konečná studie o investičním záměru v Čínské lidové republice,
- smlouva o společném podniku, základní ustanovení společnosti,
- seznam kandidátů na funkce v orgánech společnosti,
- stanovisko místních orgánů z předpokládaného sídla společného podniku. [95]

Povolovací instituce má zaujmout stanovisko do tří měsíců. Jakmile společnost obdrží oprávnění k provozování činnosti, je povinna si zřídit účet v místní měně u Bank of China nebo u jiné určené banky a dále devizový účet u některé z bank, které jsou na seznamu Státní devizové správy. [95]

Pokud podniky se zahraniční kapitálovou účastí potřebují ke své činnosti pozemky a budovy mohou si je dlouhodobě pronajmout, nikoliv je vlastnit. K výstavbě budov na pronajatém pozemku je třeba získat povolení příslušných čínských úřadů. Objekty musí být postaveny v souladu s čínskými předpisy a za účasti čínského architekta. [95]

Joint venture nabízí v zásadě celou řadu výhod a nevýhod, které jsou zobrazeny v tabulce 4. Zahraniční investoři měli v Číně po celou řadu let jen jednu možnost přímých investic – joint venture, která byla spojena s cílem vyrábět přímo v místě odbytu. Díky joint venture mohly být obejity rozsáhlé překážky vstupu jako vysoké clo a množstevní omezení v automobilovém průmyslu. [90, s. 107-109]

Tab. 4: Výhody a nevýhody joint venture na čínském trhu

Výhody	Nevýhody
rozdělení investičního rizika	často zdlouhavé hledání partnera a vyjednávání
rychlejší vstup na trh	nebezpečí odlivu know-how
zdroje personálu díky čínskému partnerovi	obtížné vyjednávání při obsazování manažerských pozic
snížená potřeba kapitálu	často obtížný rozhodovací proces
využití kontaktů a distribuční sítě čínského partnera	v určitých průmyslových odvětvích omezení výše zahraničního kapitálu
	možnost státních zásahů

Zdroj: vlastní zpracování dle [90, s. 107]

3.4.3.3 Společnost plně vlastněná zahraničním subjektem

V posledních letech roste v ČLR trend k zakládání společností plně vlastněných zahraničním subjektem, tj. wholly foreign owned enterprise (WFOE). Jedná se především o 100 % dceřiné společnosti. WFOE je právnickou osobou, jejíž minimální ani maximální výše vloženého kapitálu není stanovena. [81, 135]

Tab. 5: Výhody a nevýhody založení dceřiné společnosti na čínském trhu

Výhody	Nevýhody
bezprostřední samostatná přítomnost na trhu	vysoké náklady spojené se založením podniku
nezávislost vůči třetím osobám	vysoká potřeba finančních i lidských zdrojů
integrace vlastní strategie	složitě získávání zakázek
vliv a kontrola	riziko plynoucí z dané země
jednotné vystupování, standardizace	špatná reverzibilita
ochrana vlastního know-how	nákladné spojení s místními institucemi

Zdroj: vlastní zpracování dle [90, s. 113]

Založení WFOE je většinou formou společnosti s ručením omezeným dle čínského práva. Ručení společníků je vázáno na jejich investice. Oblast činnosti každé WFOE musí být schválena a detailně popsána business licencí. Pro každé rozšíření oblasti činnosti je nutné získat úřední povolení. WFOE se většinou zabývají různými typy poradenství jako je investiční, mezinárodně podnikatelské, manažerské, technologické, dále pak marketingem a výrobou. [81]

Od vstupu ČLR do WTO dochází k rozšiřování oblasti působení WFOE. V některých strategických průmyslových odvětvích jako je např. výroba automobilů, media, pošta, telekomunikace není dovoleno založit WFOE. V oblasti dodavatelů pro automobilový průmysl je zakládání WFOE částečně možné. [81]

Právní a administrativní báze WFOE je stanovena v ***zákoně o WFOE*** a v dalších zákonech, z nichž vyplývají následující předpoklady:

1. Podnik musí být užitečný pro vývoj čínského hospodářství a musí být schopen docílit zvláštní ekonomické výsledky a splnit minimálně tyto požadavky:
 - využívání pokrokových technologií a zařízení sloužících i vývoji nových výrobků, úspoře energií a surovin, zlepšení stávajících výrobků nebo k nahrazení exportovaného zboží,
 - dosažení vývozní kvóty 50 nebo více procent celkové hodnoty výroby WFOE při vyrovnaném poměru mezi devizovými příjmy nebo výdaji, anebo při přebytku devizových příjmů nad výdaji.
2. Navíc musí být při podání žádosti o business licenci přeloženy následující dokumenty:
 - žádost o povolení (v čínštině),
 - studie proveditelnosti,
 - stanovy WFOE,
 - seznam zákonných zástupců společnosti,
 - reference a aktuální bankovní informace,
 - předchozí stanovisko lokální vlády,
 - seznam importovaných statků a materiálů,
 - další dokumenty. [90, s. 113-114]

Do 90 dnů je poté žádost rozhodnuta a v průběhu dalších 30 dnů je udělena obchodní licence. Po právním založení WFOE by měl zahraniční podnik splatit ve stanovách určené peněžní a věcné vklady. Pokud je vklad splácen ve splátkách, musí být splacen do 3 let, přičemž první splátka, která činí minimálně 15 % z celkové částky, musí být zaplacená do 90 dnů od vystavení povolení k činnosti. Pravidla pro nově založené podniky platí i pro restrukturalizaci či změnu právní formy (např. zrušení spolupráce s čínským partnerem). [135, 90, s. 114]

Z hlediska právních předpisů jsou si joint venture a WFOE velmi podobné. Jediný velký rozdíl je v možnosti spolupráce s čínským partnerem. Ve srovnání s joint venture mluví pro založení WFOE především aspekty jako rychlejší založení, flexibilnější podnikové vedení, dále pak lepší podmínky pro ochranu know-how. Protiargumentem jsou pak chybějící kontaktní a distribuční sítě čínského partnera. K tomu riziko plynoucí ze zahraniční investice. Pokud již má zahraniční podnik vlastní zkušenost s čínským trhem, vybudované obchodní sítě a disponuje vhodnou technologií, měl by se rozhodnout pro založení WFOE. [81, 90, s. 114]

4. ČÍNSKÁ LIDOVÁ REPUBLIKA

Čínská lidová republika a její hospodářský rozvoj v několika předchozích desetiletích jsou specifickým fenoménem dnešního světa. Podle parity kupní síly vytváří ČLR druhý největší objem hrubého domácího produktu hned po USA. Demografická pozice Číny jako nejlidnatější země světa, spolu s potřebou rozvoje většiny jejího rozlehlého území, vytváří předpoklady dalšího hospodářského růstu a s tím související rostoucí poptávky po zboží, službách a kapitálu. [138]

Následující podkapitoly se věnují geograficko-demografickým podmínkám, ekonomickému vývoji země a její účasti v mezinárodních institucích ve vztahu k automobilovému průmyslu. Závěr podkapitoly je věnován vývoji základních makroekonomických ukazatelů země.

4.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE O TERITORIU

Podle ústavy z roku 1982 je Čínská lidová republika "socialistický stát demokratické diktatury lidu vedeného dělnickou třídou, založený na svazku dělníků a rolníků". Vedoucí úlohu má Komunistická strana Číny. [135]

Hlavou státu je prezident Hu Jintao nebo-li Chu Ťin-tchao, který je označován také jako předseda ČLR. Zvolen byl v březnu 2003 a potvrzen ve své funkci v únoru 2008. Od listopadu 2002 je též generálním tajemníkem Komunistické strany Číny. Od září 2004 zastává také funkci předsedy ústřední vojenské komise Číny. Předsedou vládky je Wen Jiabao nebo-li Wen Ťia-pao. [135]

Měnovou jednotkou je 1 yuan oficiálně označován jako renminbi, který se dále člení na 10 jiao nebo 100 fen. V měnovém lístku se používá označení CNY, ale můžeme se setkat i se zkratkou RMB. [135]

Vývoj nominálního směnného kurzu vůči euru a americkému dolaru od roku 2000 obsahuje tabulka 6. Údaje za rok 2008 a 2009 jsou odhadnuty v říjnu 2008. Z níže uvedené tabulky vyplývá stabilní vývoj kurzu vůči dvěma nejvýznamnějším měnám světa. Vůči americkému

dolaru dochází k mírnému, ale trvalému posilování čínského yuanu, vůči evropské měně je mírné posílení následováno mírným oslabením. Při posilování čínského yuanu se sice méně vyplácí dovážet zboží do Číny, ale o to více je vzniklá situace lákavější pro zahraniční investory. [164]

Tab. 6: Vývoj směnného kurzu CNY vůči USD a EUR

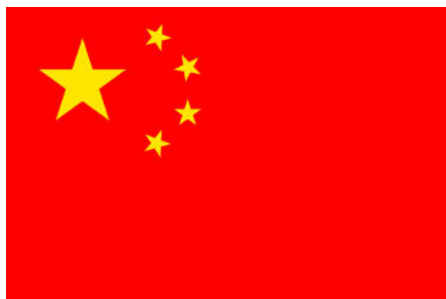
Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*	2009*
CNY/USD	8,28	8,28	8,28	8,28	8,28	8,21	7,97	7,61	6,7	6,5
CNY/EUR	7,65	7,35	7,75	9,37	11,28	10,26	10,02	10,43	10,7	9,8

* predikce vývoje směnného kurzu CNY vůči USD a EUR z října 2008

Zdroj: vlastní zpracování dle [164]

Hlavní město Peking se se svými 14,9 mil. obyvateli řadí na druhé místo v žebříčku nejlidnatějších zemí světa hned za Tokio. Na třetím místě je Shanghai se 14, 6 mil. obyvateli. [110]

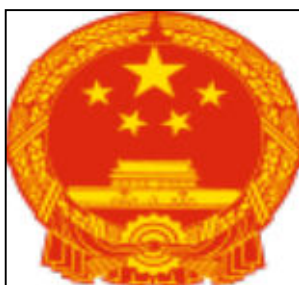
Od roku 1949, kdy je Čínská lidová republika vedena Komunistickou stranou Číny, patří k národním symbolům vlajka a státní znak, které jsou zobrazeny na obr. 3 a 4.



Obr. 3: Státní vlajka Čínské lidové republiky

Zdroj: [74]

Vlajka ČLR obsahuje tradiční čínské barvy a inspirovala se vlajkou sovětskou. Podklad tvoří červené pole, v jehož horním rohu je velká žlutá pěticípá hvězda, kterou obklopují čtyři menší žluté hvězdy, pootočené vždy tak, aby jeden z jejich cípů směřoval do středu velké hvězdy. Podle oficiální čínské interpretace představuje velká hvězda společný program a jednotu lidu vedeného Komunistickou stranou Číny, malé hvězdy reprezentují dělníky, rolníky, malou buržoazii a vlastenecký kapitalismus, což představuje čtyři sociální skupiny, které se účastní společného programu socialistické výstavby. [147]



Obr. 4: Státní znak Čínské lidové republiky

Zdroj: [137]

Státní znak ČLR je také inspirován znakem Sovětského Svazu. Zobrazuje na červeném kruhu zlatou bránu do tzv. Zakázaného města pod pěti zlatými hvězdami přejatými ze státní vlajky. Kruh je ohraničen věncem z růžových a pšeničných klasů, v místech, kde se překrývají, je položeno zlaté ozubené kolo a červená opona. Klasy představují rolnictvo, ozubené kolo dělnictvo. Interpretace hvězd je stejná jako u státní vlajky. [137]

4.1.1 Geografie

4.1.1.1 Poloha a rozloha

Čínská lidová republika leží ve východní části euroasijského kontinentu při západním pobřeží Tichého oceánu. Celková rozloha Číny je 9 560 980 km², což je přibližně rozloha celé Evropy. Časový rozdíl je více než čtyři hodiny, přesto se v celém státě používá jednotný čas, který je o 8 hodin posunut napřed oproti UTC. [30]



Obr. 5: Mapa Čínské lidové republiky

Zdroj: [142]

Tato velká země má nejvíce sousedů ze všech států světa. Suchozemská hranice o délce 22 117 km ji odděluje od 14 zemí. Nejdelší společnou hranici s délkou téměř 4700 km sdílí ČLR na severu s Mongolskem, nejkratší pak na východě s Afghánistánem. Pro lepší představu jsou jednotlivé sousední země s délkou jejich společné hranice uvedeny v tabulce 7. Moře oddělují Čínu od Jižní Koreje, Japonska, Čínské republiky na Tchaj-wanu, Filipín, Bruneje, Malajsie a Indonésie. [142]

Tab. 7: Sousední státy Čínské lidové republiky

Stát	Délka hranice v km
Afghánistán	76
Barma	2185
Bhútán	470
Indie	3380
Kazachstán	1533
Kyrgyzstán	858
Laos	423
Mongolsko	4677
Nepál	1236
Pákistán	523
Rusko	3645
Severní Korea	1416
Tádžikistán	414
Vietnam	1281
Celkem	22117

Zdroj: vlastní zpracování dle [142]

Administrativně správní členění země zobrazuje obr. 6. Čínská lidová republika je rozdělena na 22 provincií (Hebei, Shanxi, Liaoning, Jilin, Heilongjiang, Shaanxi, Gansu, Qinghai, Shandong, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Fujian, Henan, Hubei, Hunan, Guangdong, Sichuan, Guizhou, Yunnan, Hainan), 5 autonomních oblastí (Vnitřní Mongolsko, Ningxia, Xinjiang, Guangxi, Tibet) a 4 municipality (samosprávná města - Beijing, Shanghai, Tianjin, Chongqing). Součástí ČLR jsou také 2 zvláštní administrativní oblasti (Hongkong a Macao) s vlastními vládami, právními systémy a ústavními dokumenty, které ovšem v otázkách zahraniční politiky a obrany podléhají ústřední vládě. Provincie se dále dělí na prefektury a okresy. Ty jsou pak děleny na městské oblasti a města. Čínská lidová republika formálně

pokládá za svou provincii i nezávisle spravovaný ostrov Tchaj-wan, proto je oficiálně uváděný počet provincií 23. [135]



Obr. 6: Administrativně správní členění země

Zdroj: [4]

Rozsáhlé území Číny lze rozdělit na tři velké celky, které se vyznačují zcela odlišnými přírodními podmínkami. Jedná se o pouště na severozápadě, tibetskou náhorní plošinu a východní monzunovou Čínu. Pouště na severozápadě zaujímající oblast Tarimské a Ujgurské pánve jsou vymezené horskými pohořími Tschien-šan a Atalaje a širokým pásmem podél jižních hranic s Mongolskem. Druhou oblastí je Tibetská náhorní plošina, která je nejvýše položenou (4 500 – 5000 m n. m.) a největší na světě. Je obklopena a prostoupena několika velehorskými pásmy, např. Karakorum Shan, Kunlun Shan, Himalaya Shan s nejvyšší horou světa Mt. Everest dosahující výše 8 848 m n. m. Tibetská náhorní plošina je prameništěm hlavních čínských řek. Třetím celkem je Východní monzunová Čína, která je rozhodující oblastí z hlediska koncentrace většiny obyvatel Číny. Toto hustě osídlené území je převážně hornaté, rozsáhlé nížiny se vyskytují jen podél dolních toků velkých řek. Na severu se rozprostírá rozsáhlé pohoří Chinggan, ve střední Číně pak pohoří Čchin-ling, které tvoří přirozenou klimatickou hranici mezi teplým jihem a studeným severem. [112]

4.1.1.2 Podnebí [161]

Čína je rozdělena do dvou hlavních klimatických pásem. Sever a západ je suchý až polosuchý s extrémními teplotními výkyvy. Jih a jihovýchod je teplý a vlhký s celoročními srážkami.

Zimní teploty se liší v závislosti na zeměpisné šířce, nejvyšší hodnoty (v průměru 16°C) se vyskytují v subtropickém jihovýchodním pobřeží. Letní teploty jsou celostátně srovnatelné, v celé Číně přesahují 21°C, na jihovýchodním pobřeží se průměrná teplota v červenci pohybuje kolem 30°C.

Na severu a západě převládá mírné léto a tuhá zima. V severní části Mandžuska zamrzají řeky po dobu pěti měsíců, kdy teploty mohou poklesnout až k -25°C. V pouštních oblastech provincie Xinjiang se teplota pohybuje mezi -11°C v zimě a 33°C v létě.

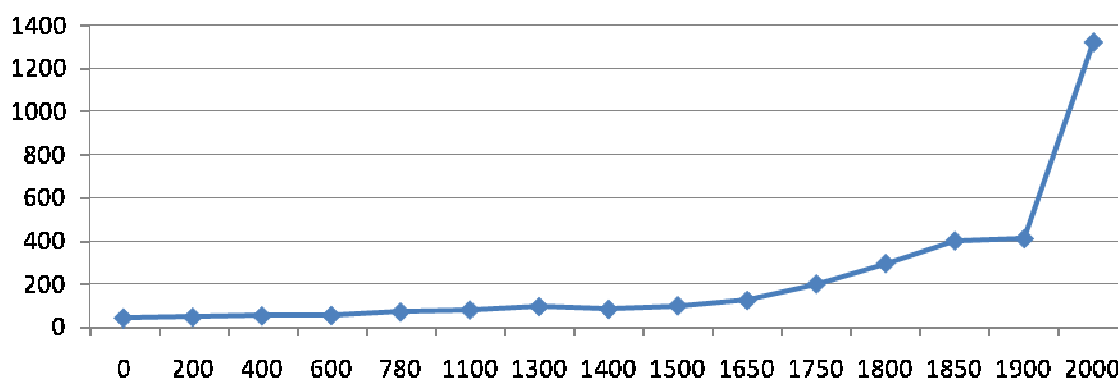
Léto a podzim jsou srážkově nejbohatšími ročními obdobími. Letní monzun přináší z Tichého oceánu vlhký vzduch a četné dešťové srážky na většinu území. Na jihu a východě země je zima také sychravá, ale v jiných částech přináší zimní monzun suchý a studený vzduch ze Sibiře.

4.1.2 Demografie a její vývoj

Čínská lidová republika se svými 1,3 mld. obyvateli je nejlidnatější zemí světa. Má více obyvatel než USA a Evropa dohromady. Číňané tak představují téměř pětinu obyvatelstva planety. Čínská lidová republika oficiálně rozeznává 56 zřetelných etnických skupin. Téměř 92 % obyvatelstva tvoří Chanové (čili Han, etničtí Číňané). [30]

Ve 20. století začal prudce narůstat počet obyvatel v Číně, což je zachyceno na obrázku 7. V polovině 50. let minulého století se vláda poprvé začala snažit o snížení úrovně plodnosti, která v té době představovala v průměru 6 dětí na jednu ženu v reprodukčním věku 15-49 let na venkově a 5 dětí na jednu ženu ve městě. Druhá vlna kampaně na snížení úrovně plodnosti probíhala v 60. letech. Zpočátku pouze ve městech později i na venkově se jedné ženě během jejího produkčního věku směly narodit maximálně 3 děti, později došlo ke zpřísnění na 2 potomky a od konce 70. let je praktikována politika jednoho dítěte. [129]

V 90. letech došlo k částečnému uvolnění politiky jednoho dítěte, neboť byla kritizována mnoha organizacemi na ochranu lidských práv především v souvislosti s vynucenými potraty a docházelo k rostoucí nerovnováze mezi počtem dětí mužského a ženského pohlaví. V případě zjištění ženského pohlaví totiž ženy často volily potrat anebo dítě po narození opustily, ty pak končily v přeplněných čínských sirotčincích. [108]



Obr. 7: Přibližný vývoj obyvatel v Číně (v milionech)

Zdroj: vlastní zpracování dle [129]

I když počet obyvatel v ČLR stále roste, roční přírůstky díky vládní politice již několik let klesají, v roce 2007 činil pouze 0,52 %. Jak vyplývá z tabulky 8, nejpočetnější část obyvatelstva 69 % tvoří lidé ve věku 15 – 64 let, dále 19,4 % jsou děti do 15 let a zbylých 11,6 % tvoří lidé starší 65 let. 55,1 % obyvatelstva dosud žije na venkově, zbylých 44,9 % tvoří obyvatelé měst. [135]

Tab. 8: Struktura čínské populace

Pohlaví v %		Věková struktura obyvatel v %			Podíl obyvatel v %	
muži	ženy	do 14 let	15-64 let	nad 65 let	města	venkov
51,5	48,5	19,4	69	11,6	44,9	55,1

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Průměrný věk obyvatelstva je kolem 33 let. Průměrná délka dožití je 72 let, z toho ženy se dožívají průměrně 74 let, muži 71 let. Čína je oficiálně ateistickou zemí, kdy téměř 70 % obyvatelstva jsou ateisté, 20 % obyvatelstva zastupují konfuciáni, 5 % buddhisté, 2 % taoisté, 3 % křesťané a 1 % muslimové. [29]

4.2 EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA ZEMĚ [162]

Do roku 1949 dominovalo v čínské ekonomice zemědělství. Po vytvoření nové Číny, proběhl v zemi industrializační program, v jehož rámci byla posílena průmyslová kapacita země. Od 80. let bylo realizováno mnoho reforem, které vedly k postupnému zavedení tržní ekonomiky, relativně rychlému růstu soukromého sektoru a nahrazení kolektivního zemědělství nezávislými družstvy. Otevřená politika umožňuje rostoucí rozsah spolupráce mezi Čínou a jinými zeměmi a přivedla Čínskou lidovou republiku ke vstupu do procesu globalizace. Již dvacet let zažívá čínská ekonomika rozmach a roční růst v průměru o více než 8 %. Nicméně existují velké rozdíly mezi pobřežními provinciemi a vnitrozemím, což vede vládu k dalšímu se otevření západu a k posílení výstavby infrastruktury uvnitř země.

4.2.1 Ekonomický vývoj po 2. světové válce [169, s. 283-286]

Ekonomický vývoj Čínské lidové republiky procházel etapami vzestupu a poklesu, respektive společensko-ekonomických experimentů s návraty k relativně normálnímu stavu.

Poté, co se roku 1949 Komunistická strana dostala k moci, začala prosazovat svoje názory na centrálně plánované hospodářství do ekonomické praxe. Roku 1950 proběhla pozemková reforma, při níž byl zabaven majetek statkářů a přerozdělen drobným zemědělcům. Následně došlo k plošnému znárodnování a konfiskaci majetku. Byl zaveden plánovací systém po vzoru SSSR, docházelo ke kolektivizaci vesnic. Důsledkem prováděné politiky byl masivní pokles podílu spotřeby a naopak růst podílu investic na HDP, který v polovině 50. let dosahoval růstu v průměru 7 % ročně.

Vůdce komunistů Mao Ce-Tung věřil, že k ekonomickému vývoji dochází ve vlnách, a proto vyhlásil politiku tzv. velkého skoku, který měl Čínu přenést rovnou do komunismu a vést k dohnání vyspělých západních ekonomik. Základem strategie bylo vytvoření vesnických komun s několika tisíci obyvateli, které měly být naprosto samostatné (např. i výroba železa). Bylo zrušeno soukromé vlastnictví a zavedena pracovní povinnost. Výsledkem byl pokles HDP následován hladomorem, při němž zemřelo několik milionů lidí.

Teprve po smrti Mao Ce-Tunga roku 1976 se k moci dostal Teng Siao-Pching, který upustil od teorií svého předchůdce, dodnes uctívaného jako zakladatele režimu, a vydal se cestou ekonomických reforem.

4.2.2 Ekonomické reformy konce 70. let [53, s. 121]

Rok 1978 se stal mezníkem v ekonomickém rozvoji Čínské lidové republiky, kdy došlo k nastartování reforem, čímž ČLR veřejně uznala slučitelnost tržního systému s myšlenkami socialismu a vyhlásila ideu „socialistického tržního hospodářství“. Tím se otevřel prostor ekonomickému rozvoji a procesu celkové hospodářské reorientace založenému na dvou základních principech, kterými jsou jednak pragmatické přístupy a také postupné experimentálně ověřované řazení reformních kroků v hospodářské i politické oblasti.

Na začátku byl vytyčen program tzv. čtyř modernizací, jenž zahrnoval zemědělství, průmysl, armádu, vědu a techniku. Prioritou se stal ekonomický růst společně s efektivností. Proběhla reforma domácí ekonomické struktury, uvolňování individuálního podnikání a kultivace obchodních a kapitálových vazeb s ostatním světem. Současně byly ovšem setrvale deklarovány rysy socialistické ekonomiky. Dominantní postavení si stále uchovával veřejný sektor spolu se státním plánováním. Politický systém byl určován komunistickou stranou a její ideologií.

4.2.3 Otevření ekonomiky v 90. letech [53, s. 122-123]

Roku 1992 byl na stranické i vládní úrovni přijat komplexní program urychlování hospodářské přestavby, výraznější decentralizace hospodářsko-politického rozhodování a širšího uplatňování tržních prvků v rozvoji socialistické ekonomiky, který vedl k dalšímu otevírání ekonomiky světu. Nadále ovšem klíčovou roli zaujímal veřejný sektor a stávající politické uspořádání.

Výsledky těchto reforem se zejména z dnešního pohledu, kdy je světová ekonomika ohrožována celosvětovou krizí, zdají impozantní a projevují se v řadě konkrétních makroekonomických ukazatelů. Jejich vývojem se podrobně zabývá následující podkapitola.

V druhé polovině 90. let došlo k budování zvláštních ekonomických zón, v nichž se uplatňují nejrůznější podnikatelské úlevy (daňové, licenční, celní, administrativní apod.), což přineslo značný nárůst přímých zahraničních investic, jejichž výše v roce 2000 dosáhla 350 mld. USD. To představovalo třetí nejvyšší hodnotu na světě za USA a Velkou Británií.

4.2.4 Vstup ČLR do 21. století [53, s. 124]

Do nového tisíciletí vstoupila Čína desátým pětiletým plánem „Plán národního ekonomického a sociálního rozvoje na léta 2001 – 2005“, který identifikoval hlavní ekonomické strategie země. Jednalo se o zrychlení rozvoje informačních technologií, pokračování politiky otevírání se světu a aktivnější participace ve sféře multilaterální a regionální kooperace.

Čínská ekonomika prochází hlubokou transformací, která s sebou přináší i nepříznivé vlivy, jako je např. prohlubování příjmové diferenciaci obyvatelstva (uvádí se asi 120 mil. lidí pod hranicí chudoby), či nízká efektivnost hospodaření velkých státních podniků (vytvářejí jen třetinu celkové produkce, ale zaměstnávají dvě třetiny městské populace). Mezi brzdicí elementy státních podniků patří technická nevybavenost, malá výkonnost a málo využité výrobní kapacity.

4.3 ZAHRANIČNĚ-POLITICKÁ ORIENTACE [135]

Politický, ekonomický i sociální význam Čínské lidové republiky je dán především její rozlohou (třetí největší na světě), lidnatostí (první na světě) a také vlastnictvím jaderných zbraní, čímž se řadí mezi tzv. jaderné velmoce.

Čína prosazuje nezávislou zahraniční politiku a vytváří mezinárodní prostředí, výhodné pro vlastní bezpečný ekonomický rozvoj a pro kontinuitu nezávislé multilaterální zahraničně-politické linie.

Rozvoj všech odvětví čínského hospodářství a intenzifikace všestranných zahraničních styků působí na rostoucí čínské sebevědomí, které pomáhá v prosazování vlastních stanovisek na mezinárodních fórech. V současných mezinárodních vztazích, jichž se Čínská lidová republika na různých úrovních a ve všech vztahových oblastech účastní, je zřetelný pragmatický přístup. Čína má nepochybně zájem stát se nejvýznamnějším činitelem vývoje v asijské oblasti, kde se projevuje jistá konkurence s Indií či Japonskem a také snaha omezit vliv USA na tento region.

4.3.1 Členství ČLR v mezinárodních institucích

Problematikou rozvoje obchodních a hospodářských vztahů s Čínskou lidovou republikou vzhledem ke své komplexitě se zabývá několik orgánů i členů států Evropské unie, USA, Japonska, Ruska, Austrálie a dalších významných seskupení a zemí světa. Vedle značného potenciálu představuje čínský trh z řady pohledů svou náročností značnou výzvu, jejíž využití vyžaduje nejen tvorbu strategie na státní, odvětvové i podnikové úrovni, ale i jejich vzájemnou součinnost. [138]

Čína je členem řady mezinárodních organizací a uskupení, např. APEC, IBRD, IAEA, IMF, ISO, OSN, UNESCO a WHO. Z hlediska rozvoje automobilového průmyslu má obzvláště významnou roli vstup ČLR do WTO. [135]

4.3.1.1 Světová obchodní organizace a její význam pro automobilový průmysl [165]

Světová obchodní organizace (WTO) upravuje obchodní pravidla mezi jednotlivými členskými státy. Jejím hlavním cílem je zvýšení výroby a obchodu se zbožím a službami v návaznosti na optimální využití světových zdrojů v souladu s cílem trvalého rozvoje a zachování životního prostředí. WTO sdružuje v současné době 145 členských států.

Vstup ČLR do WTO [53, s. 124-128]

V prosinci roku 2001 vstoupila Čínská lidová republika do Světové obchodní organizace. S členstvím souvisí zahájení široce koncipovaného programu reform a odhodlání nadále pokračovat v celkové přestavbě ekonomického systému s posilováním prvků tržního hospodářství a otevírání se vůči světu.

Motivačním faktorem pro vstup ČLR do WTO je snaha o rozšíření přístupu na světový trh s přispěním recipročního rušení cel a kvót na čínské exporty zejména u produkce pracovně náročných oborů zpracovatelského průmyslu, kde se Čína může spoléhat na dlouhodobý konkurenční předstih díky široké nabídce poměrně levné pracovní síly z venkovských oblastí. Dalším významným faktorem je stimulace dalších investic ze zahraničí spolu s moderními technologiemi a podnikatelským know-how.

Jako *podmínky členství ve WTO* byly stanoveny a ČLR akceptovány čtyři okruhy závazků:

- otevření všech hospodářských sektorů pro zahraniční kapitál. Některé byly do té doby pro cizince buď přímo zapovězené (např. telekomunikace, pojišťovnictví), anebo jejich účast striktně omezena pouze na určitý druh operací (např. bankovníctví);
- rušení subvencí státním podnikům a postavení soukromého podnikání na stejnou rovinu se státním sektorem a s tím související odbourávání kvót a netarifních bariér omezujících dovoz zboží;
- chránit práva k duševnímu vlastnictví, zrušit požadavek určité výše tuzemského komponentu u firem se zahraniční majetkovou účastí a povolit zahraničním společnostem zřizování vlastních distribučních sítí, aby již nemusely operovat přes čínské zprostředkovatele;
- diferencované snížení dovozních cel.

Význam vstupu do WTO pro automobilový průmysl

Dovoz zahraničních automobilů a příslušenství do ČLR byl z důvodu ochrany domácího automobilového průmyslu zatížen vysokými cly. Zejména pro automobily a motory navíc byly vyžadovány dovozní licence a platily dovozní kvóty. Tabulka 9 shrnuje liberalizační

opatření pro výrobce automobilů a jejich dodavatele, které následovaly po přistoupení Čínské lidové republiky k Světové obchodní organizaci. [90, s. 16-18]

Tab. 9: Změna podmínek na čínském trhu po vstupu do WTO

Změna podmínek	Před vstupem do WTO	Po vstupu do WTO
Clo	200 % v 80. letech 20. století, 80-100 % v 90. letech 20. stol.	od července 2006 25 % pro automobily a 10 % pro příslušenství
Dovozní kvóty pro zahraniční výrobce automobilů	6 mld. CNY (627 Mil. EUR) ročně	zvyšování kvóty pro dovoz automobilů o 15 % ročně, od roku 2005 bez omezení
Požadavek na "local content"	40 % v prvním roce výroby, zvýšení na 60 % ve druhém roce a 80 % ve třetím roce	zrušení této kvóty od roku 2005
Zahraniční podíl na prodeji a distribuci	omezeno pouze na velkoobchod joint venture, zákaz společných podniků pro dovoz vozů a joint venture	povolen velko- i maloobchod, od roku 2006 dovolena i integrovaná prodejní organizace
Financování vozů čínskými zákazníky	zákaz financování	povoleno financování nákupu vozů zahraničními nebankovními institucemi nejprve ve vybraných městech později plošně

Zdroj: vlastní zpracování dle [90, s. 18]

Dovozní kvóty pro zahraniční automobily byly postupně z výchozího objemu 6 mld. CNY ročně navyšovány a od 1. ledna 2005 zcela zrušeny. Dovozní clo pro osobní automobily a příslušenství bylo v posledních letech postupně snižováno. V červenci 2006 se dostalo na prozatímní hodnotu 25 % pro osobní automobily a 10 % pro příslušenství. [135]

Se vstupem do WTO se čínská vláda obávala prudkého nárůstu dovozu hotových automobilů, a tak přistoupila k politice netarifních překážek. Ty postupně narůstaly, takže se proces všech schvalování a certifikací velmi zkomplikoval. Čínské úřady navíc neuznávají certifikační listy vydávané autorizovanými evropskými zkušebnami, a tak stále více společností přechází od dovozu vozů k licenční výrobě přímo na území Čínské lidové republiky. [57]

Sílící zahraniční konkurence na trhu nezaručuje jen lepší kvalitu výrobku, ale díky vstupu do Světové obchodní organizace nabízí stále více doplňkových servisních služeb. Před vstupem do WTO neměly zahraniční firmy například žádná distribuční práva. Tato omezení po tříletém přechodném období již zcela zmizela. Díky tomu zde dnes mohou společnosti nabízet nezávislý poprodejní servis. Kromě toho mají zahraniční firmy možnost nabízet svým klientům i nákup vozu na leasing či další finanční služby. [90, s. 16-18]

4.4 ZÁKLADNÍ MAKROEKONOMICKÉ UKAZATELE

Z hlediska mezinárodního srovnání a ekonomického hodnocení země je důležitý vývoj základních makroekonomických ukazatelů, jako je hrubý domácí produkt, inflace, nezaměstnanost či vývoj zahraničního obchodu, kterým se věnuje následující kapitola.

4.4.1 Hrubý domácí produkt

V posledních letech dosahuje Čínská lidová republika vysokého ekonomického růstu, který od roku 2000 neklesl pod 8 %. V letech 2003 až 2007 se dokonce jednalo o růst v podobě dvouciferného čísla. Z důvodu celosvětové ekonomické krize *v loňském roce zpomalilo tempo růstu na 9 %*. Podle tamního statistického úřadu došlo v období říjen-prosinec 2008 k nárůstu pouze o 6,8 %. Podobný trend lze očekávat i letos. V prvním čtvrtletí dosáhl růst 6,1 %. Mezinárodní měnový fond v dubnu 2009 uveřejnil svůj odhad počítající s celoročním růstem kolem 6,5 %. Od roku 2010 by podle IMF mělo opět dojít ke zvyšování meziročního tempa růstu. V roce 2011 se očekává růst HDP přesahující 10 %. [28,127]

Čínská vláda slovy premiéra Wen Ťia-pao má ještě optimističtější odhady ohledně vývoje HDP už v roce 2009. Počátkem března 2009 premiér v parlamentu prohlásil, že hospodářský růst má v letošním roce dosáhnout osmi procent. [103]

Detailní údaje o vývoji nominálního HDP v běžných cenách v CNY a v USD od roku 2000 a tempo růstu reálného HDP jsou zachyceny v tabulce 10. Hodnota pro letošní rok byla odhadnuta v dubnu 2009. [127]

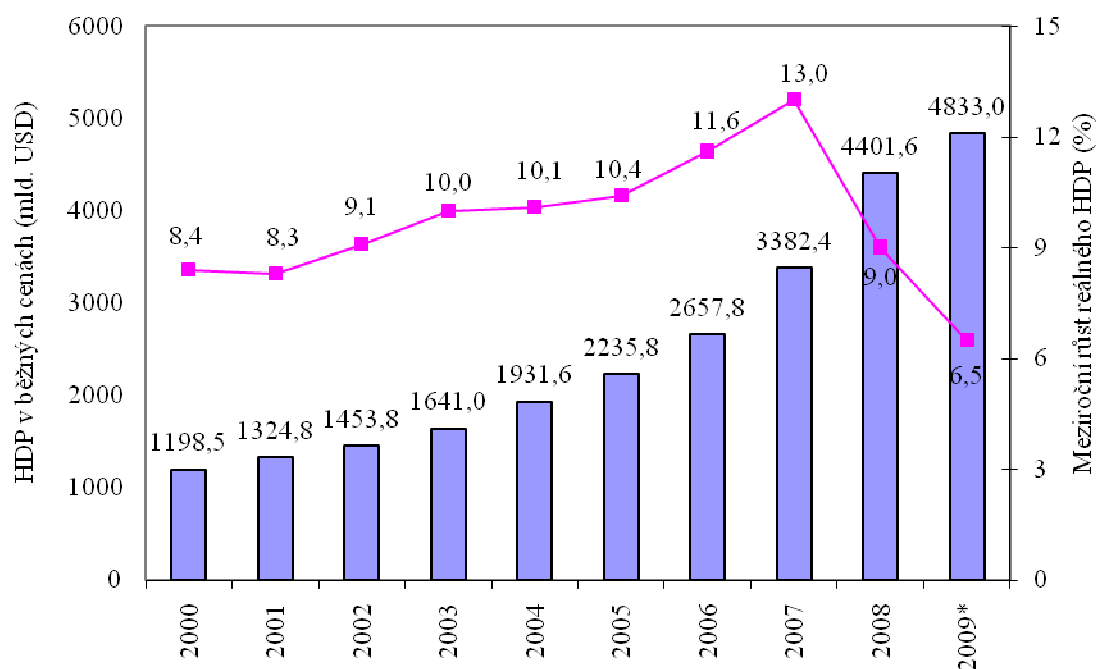
Tab. 10: Vývoj nominálního HDP v běžných cenách a meziroční růst reálného HDP

Rok	HDP v mld. CNY v běžných cenách	HDP v mld. USD v běžných cenách	Meziroční růst reálného HDP
2000	9921,5	1198,5	8,4
2001	10965,5	1324,8	8,3
2002	12033,3	1453,8	9,1
2003	13582,3	1641,0	10,0
2004	15987,8	1931,6	10,1
2005	18321,8	2235,8	10,4
2006	21192,4	2657,8	11,6
2007	25730,6	3382,4	13,0
2008	30067,0	4401,6	9,0
2009*	32954,1	4833,0	6,5

* predikce vývoje z dubna 2009

Zdroj: vlastní zpracování dle [127]

Údaje o růstu HDP v běžných cenách (USD) a meziroční tempa růstu reálného HDP jsou pro lepší znázornění zobrazeny na obr. 8.

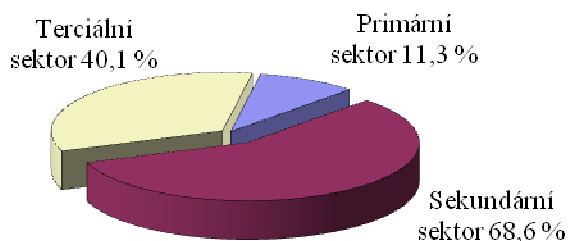


* predikce vývoje z dubna 2009

Obr. 8: Vývoj nominálního HDP v běžných cenách (mld. USD) a růst reálného HDP

Zdroj: vlastní zpracování dle [127]

Dlouhodobě se nejvíce na tvorbě čínského HDP podílí sekundární sektor, jenž je ovšem v posledních letech doháněn terciálním sektorem, který je ve vyspělých tržních ekonomikách tím stěžejním. V roce 2008 se primární sektor, tedy těžba nerostných surovin a zemědělství, podílel na celkovém HDP 11,3 %, což představuje pokles o 0,4 % vůči předchozímu roku. Sekundární sektor se podílel ze 68,6 %, s meziročním poklesem o 0,6 %. Terciální sektor, neboli sektor služeb, byl zastoupen 40,1 % a realizoval nárůst o 1 %. Podíl jednotlivých sektorů na celkovém HDP v roce 2008 je zachycen na obr. 9. [163]



Obr. 9: Podíl jednotlivých sektorů na celkovém HDP v roce 2008

Zdroj: vlastní zpracování dle [163]

Pro mezinárodní srovnání je také důležité vyjádření HDP na jednoho obyvatele. V tabulce 11 je uveden vývoj HDP v běžných cenách na jednoho obyvatele v CNY, USD a v USD přepočtem dle parity kupní síly (purchasing power parity – PPP).

Tab. 11: Vývoj HDP na obyvatele

Rok	HDP v CNY na hlavu	HDP v USD na hlavu	HDP v USD dle PPP na hlavu
2000	7828,0	945,6	2372,1
2001	8591,8	1038,0	2612,4
2002	9367,8	1131,8	2881,3
2003	10510,4	1269,8	3217,5
2004	12299,5	1486,0	3614,1
2005	14012,2	1709,9	4064,3
2006	16122,2	2022,0	4657,5
2007	19477,4	2560,4	5378,4
2008	22646,7	3315,3	5962,7
2009*	24697,7	3622,1	6378,7

* predikce vývoje HDP na hlavu/rok z dubna 2009

Zdroj: vlastní zpracování dle [127]

Ze všech výše uvedených ukazatelů vyplývá zvyšující se trend čínské ekonomiky. Hrubý domácí produkt vyjádřený v běžných cenách v roce 2008, jenž činil 4402 mld. USD, řadí čínskou ekonomiku poprvé v historii na 3. místo v celosvětovém srovnání prováděném Mezinárodním měnovým fondem. Vyšší hodnoty vyprodukovaly pouze USA (14265 mld. USD) a Japonsko (4924 mld. USD). Při přepočtu HDP dle parity kupní síly na hlavu se v mezinárodním srovnání čínská ekonomika především díky vysokému počtu obyvatel propadla až na 100. příčku. [100, 132]

Na základě výše uvedených údajů lze říci, že je čínská ekonomika na dobré cestě k růstu životní úrovně a zvyšování příjmů obyvatelstva, což vede ke vzrůstající spotřebě spojené s rostoucí poptávkou po výrobcích a službách, která může pomoci čínské ekonomice v rychlejší překonání globální finanční krize. Existuje zde také velmi zajímavý potenciál pro investice do nových i rozvoj stávajících projektů.

4.4.2 Vývoj inflace

Vývoj inflace v ČLR v posledních letech lze pokládat za stabilní. Od roku 1996 se pohybuje v jednociferných kladných hodnotách s výjimkou roku 2002, kdy došlo k mírné deflaci. Detailní hodnoty vývoje inflace v Čínské lidové republice od roku 2000 jsou uvedeny v tabulce 12. Z důsledku propuknutí celosvětové finanční krize se v letošním roce očekává velmi nízká míra inflace hraničící se stagnací. Hodnota pro letošní rok byla odhadnuta v dubnu 2009. [127]

Tab. 12: Vývoj inflace v ČLR

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Inflace (v %)	0,4	0,7	-0,8	1,2	3,9	1,8	1,5	4,8	5,9	0,1

* predikce vývoje míry inflace z dubna 2009

Zdroj: vlastní zpracování dle [127]

Relativně vysoký růst inflace v roce 2008 byl způsoben především rostoucí hodnotou indexu spotřebitelských cen v první polovině roku. Tento růst byl ve značné míře ovlivněn především vysokým růstem cen potravin. Také index růstu výrobních cen zaznamenal v první polovině loňského roku nebývalý nárůst až o 8,2 %. Výrobní ceny stoupaly zejména v důsledku

zvyšování cen primárních a energetických surovin a průmyslových materiálů, mezi nimiž je možno zmínit v první řadě ropu, uhlí a ocel. [3]

V důsledku globální finanční krize, která dolehla i na čínskou ekonomiku, došlo v druhé polovině roku 2008 k výraznému poklesu růstu inflace. V prosinci zpomalilo meziroční tempo růstu spotřebitelských cen na 1,2 %. I v letošním roce tento trend pokračuje. V lednu 2009 došlo pouze k 1 % růstu spotřebitelských cen a v únoru nastala dokonce deflace ve výši 1,6 %. [36, 37]

4.4.3 Nezaměstnanost

S růstem počtu obyvatelstva v ČLR roste i počet výdělečně činných osob. Oficiálně uváděná výše nezaměstnaností v Číně, která se dlouhodobě pohybuje nad 4 %, zahrnuje pouze nezaměstnanost ve městech. Vývoj obou výše zmíněných ukazatelů zachycuje tab. 13. [164]

Tab. 13: Vývoj nezaměstnanosti ve městech v % a podíl výdělečně činných v mil.

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Míra nezaměstnanosti (v %)	3,1	3,6	4,0	4,3	4,2	4,2	4,1	4,0	4,2	4,9
Podíl výdělečně činných (v mil. osob)	720,9	730,3	737,4	744,3	752,0	758,3	764,0	769,9		

* predikce vývoje míry nezaměstnanosti z dubna 2009

Zdroj: vlastní zpracování dle [164]

Nezaměstnanost je ve skutečnosti jedním z velkých problémů čínské ekonomiky. Přesný počet nezaměstnaných je těžko zjistitelný. Odhady expertů se různí, ale všechny přesahují oficiálně uváděnou hodnotu. Je-li někdo bez práce, nachází se neustále ve stavu sociální a materiální nejistoty. Pro případ ztráty zaměstnání sice existuje státní pojištění, ale nárok na finanční pomoc vzniká až po 5 letech, kdy nezaměstnaný získává nárok na 12 měsíční podporu. Po 10 letech placení vzniká nárok na podporu po dobu 18 měsíců. Bez dodatečného pojištění pro případ nezaměstnanosti, které je ovšem velmi drahé, je člověk v případě dlouhodobé nezaměstnanosti odkázán sám na sebe, příp. na pomoc rodinných příslušníků. [148]

Vysoká míra nezaměstnanosti a s ní spojená obava ze ztráty zaměstnání motivuje Číňany k vysokým pracovním výkonům. Obecně lze říci, že jsou pracovití a zvyklí pracovat mnoho hodin denně. Problémem při jejich zaměstnávání zahraničními společnostmi je slabá znalost angličtiny. Průměrná měsíční mzda v hlavním městě je cca 1 500 CNY, pokud by se jednalo o anglicky mluvícího Číňana je udávána průměrná mzda až 7 000 CNY. Pracovní doba začíná většinou mezi 8. a 9. hodinou a končí v 17 až 18 hodin s přestávkou na oběd. Na úřadech se v sobotu a neděli nepracuje. [76]

Vysoký počet nezaměstnaných v Čínské lidové republice je na jednu stranu vnitropolitický problém, ale na druhé straně ohromný přebytek pracovní síly ji dělá mimořádně lacinou. To je jedna z největších výhod ČLR v konkurenceschopnosti a základ jejího ekonomického růstu. Zvýšení mezd, jako jeden ze stimulů růstu životní úrovně, by vedlo k růstu cen spotřebního zboží a potravin na vnitřním i vnějším trhu. Následně by došlo k poklesu exportu, a tím i k omezení výroby a k dalšímu nárůstu nezaměstnanosti.

4.4.4 Zahraniční obchod

Čínská lidová republika jako jedna z největších a poměrně silných a dynamických ekonomik světa je velmi významnou zemí také na světových trzích. Z hlediska zahraničního obchodu lze čínskou ekonomiku pokládat za velmi zajímavého a pro budoucnost významného partnera. [135]

Výrazným rysem zahraničního obchodu ČLR je značná nerovnováha obchodní bilance v neprospěch většiny jejich obchodních partnerů. Tento stav je patrný i v případě celkové obchodní výměny Evropské unie s Čínskou lidovou republikou, kde objem dovozů EU z ČLR více než dvakrát převyšuje úroveň vývozu EU do Číny. Země Evropské unie usilují o zlepšení tohoto vývoje. Obdobná situace existuje rovněž v zahraničním obchodě České republiky s Čínou, přičemž výše pasivního salda je relativně ještě podstatně hlubší. [138]

Růst zahraničního obchodu a vysoké pozitivní saldo představují silnou stránku čínské ekonomiky. Od roku 2004 vzrostl objem zahraničního obchodu z 1154,6 mld. USD na 2561,8 mld. USD v roce 2007, což představuje zvýšení o 222 %. Detailní údaje o vývoji zahraničního obchodu v miliardách dolarů jsou zobrazeny v následující tabulce 14. [135]

Tab. 14: Vývoj zahraničního obchodu ČLR v mld. USD

Rok	2004	2005	2006	2007	2008
Obrat	1154,6	1421,9	1760,4	2173,8	2561,6
Export	593,3	762,0	968,9	1218,0	1428,5
Import	561,2	660,0	791,5	955,8	1133,1
Saldo	32,1	102,0	177,5	262,2	295,4

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Obrat zahraničního obchodu v roce 2008 vzrostl oproti předchozímu roku o 17,8 % na 2561,6 mld. USD. Vývoz dosáhl 1428,5 mld. USD. Dovoz poprvé v historii překročil hranici 1 bilionu USD, vzrostl na 1133,8 mld. USD. Vývoz převýšil dovoz o rekordních 295,4 mld. USD. [135]

Z hlediska vlastnické struktury čínských podniků se na celkovém obratu zahraničního obchodu dlouhodobě nejvíce podílí podniky se zahraniční kapitálovou účastí. V roce 2008 se jednalo o podíl odpovídající 55,4 %. U všech typů podniků došlo k nárůstu objemu zahraničního obchodu. Podrobnější informace o podílech jednotlivých typů podniků na zahraničním obchodě země v roce 2008 a procentní nárůst oproti roku 2007 zahrnuje tabulka 15. [135]

Tab. 15: Podíl jednotlivých typů podniků na zahraničním obchodě v mld. USD v roce 2008 a procentní nárůst oproti roku 2007

Typ podniku	Export v roce 2008		Import v roce 2008	
	mld. USD	% změna oproti roku 2007	mld. USD	% změna oproti roku 2007
Státní podniky	257,2	18,0	353,8	31,3
Podniky se zahr. kapitálem	790,6	55,4	620,0	54,7
Ostatní	380,7	26,6	159,3	14,1

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Téměř pro všechny typy podniků s výjimkou těch státních je typické kladné saldo zahraničního obchodu. Pouze u státních podniků dlouhodobě narůstá deficit. V roce 2008 převýšil dovoz vývoz o 96,6 mld. USD. Objem zahraničního obchodu realizovaný státními podniky sice vzrůstá, ale jeho podíl na celkovém obratu zahraničního obchodu země klesá. V roce 2008 činil pouze 18 %. Naopak vzrůstá podíl společností zahrnutých v kolonce ostatní, kam patří především soukromé podniky. [135]

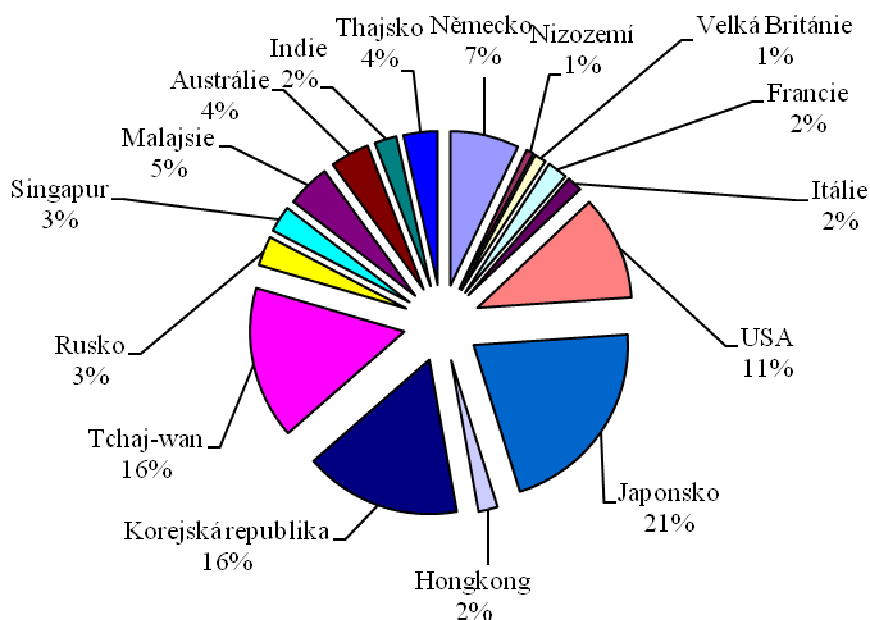
Největšími obchodními partnery Čínské lidové republiky jsou Evropská unie, USA, a Japonsko, jejichž obrat v roce 2007 činil 894,3 mld. USD, což představuje 41,2% podíl. Významný je také obrat s Hongkongem, který v roce 2007 dosáhl 197,2 mld. USD, přičemž vývoj představoval 184,4 mld. USD a dovoz pouze 12,8 mld. USD (tedy saldo ve výši 171,6 mld. USD). Většina zboží exportovaná do Hongkongu dále proudí do ostatních států, takže skutečný tok zboží do USA a EU je vyšší než uvedené údaje. Podrobné údaje o zahraničním obchodě v roce 2007 s nejvýznamnějšími zeměmi v mld. USD je zachycen v tabulce 16. Procentní podíl exportu a importu dále zobrazují obr. 10 a 11. [135]

Tab. 16: Zahraniční obchod v roce 2007 v mil. USD

Země	Obrat	Export z ČLR	Import do ČLR	Saldo
Německo	94 112	48 718	45 393	3 325
Nizozemí	46 341	41 413	4 928	36 485
Velká Británie	39 435	31 658	7 777	23 881
Francie	33 668	20 326	13 342	6 984
Itálie	31 382	21 172	10 210	10 962
EU celkem	356 151	245 192	110 960	134 232
USA	302 083	232 704	69 379	163 325
Japonsko	236 022	102 071	133 951	-31 880
Hongkong	197 248	184 432	12 816	171 616
Korejská republika	159 898	56 141	103 757	-47 616
Tchaj-wan	124 480	23 458	101 022	-77 564
Rusko	48 165	28 488	19 677	8 811
Singapur	47 157	29 638	17 519	12 119
Malajsie	46 398	17 691	28 707	-11 016
Austrálie	43 846	17 993	25 852	-7 859
Indie	38 647	24 016	14 631	9 385
Thajsko	34 639	11 974	22 665	-10 691

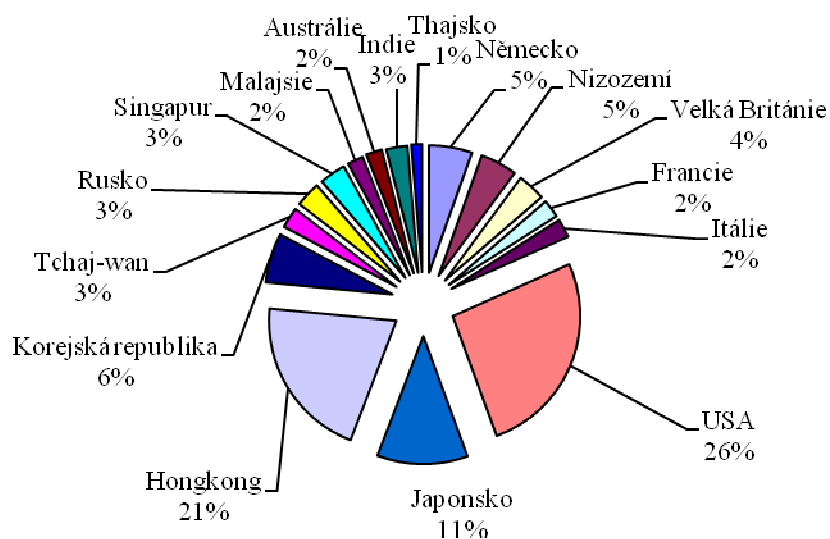
Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že největší kladné saldo má Čínská lidová republika se Spojenými státy americkými a s Evropskou unií (nepočítaje Hongkong). Deficit ČLR dosahuje s Japonskem, Korejskou republikou, Tchajwanem, Malajsií, Austrálií a Thajskem. [135]



Obr. 10: Největší odběratelé čínského zboží v roce 2007

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]



Obr. 11: Největší dodavatelé Čínské lidové republiky v roce 2007

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Největšími odběrateli čínského zboží jsou členské státy Evropské unie, USA, Honkong a Japonsko, celkem se jedná o 764,4 mil. USD, tj. 62,3 % z celkového exportu. Mezi největší dodavatele do ČLR patří Japonsko, Evropská unie, Korejská republika, Tchaj-wan a USA. Tyto státy v roce 2007 dodaly zboží za 519,7 mil. USD, což představuje 54,3 %. [135]

Evropská unie je s hodnotou vzájemného zahraničního obchodu 356,2 mil. USD za rok 2007 (růst o 30,8 % proti roku 2006) největším obchodním partnerem Čínské lidové republiky (ČLR je 2. největším obchodním partnerem EU). Vývoz z ČLR do EU činil 245,2 mil. USD, což představuje nárůst oproti předchozímu roku o 34,7 % a dovoz z EU 111 mil. USD, tj. růst o 22,9 %. [135]

Čínský export v roce 2007 nejvýrazněji vzrostl do Ruska o 79,9 %, dále pak do Indie o 64,7 %, z evropských zemí se největší nárůst projevil v exportu do Francie, kde se jednalo o přírůstek ve výši 36,1 %. Růst dovozu o více než 30 % nastal u Indie, Nizozemí a Austrálie. Z hlediska komoditní struktury zahraničnímu obchodu dominuje vývoz a dovoz strojů a dopravních prostředků. Bližší informace o objemech v roce 2007 v mld. USD a jejich změnu oproti předchozímu roku zachycuje tabulka 17. [135]

Tab. 17: Zahr. obchod země dle komodit v mld. USD v roce 2007 a procentní změna oproti roku 2006

Komodita	Vývoz z ČLR		Dovoz do ČLR	
	mld. USD	% změna	mld. USD	% změna
Potraviny a živá zvířata	30,8	19,5	11,5	15,0
Nápoje a tabák	1,4	17,0	1,4	34,7
Surové materiály	9,2	16,5	117,9	1,8
Nerostná paliva a maziva	19,9	12,2	104,8	17,8
Oleje a tuky	0,3	-18,8	7,3	86,6
Chemikálie	60,4	35,5	107,5	23,5
Tržní výrobky	219,9	25,8	102,9	18,3
Stroje, dopr. prostředky	577,2	26,5	412,5	15,5
Různé výrobky	296,9	24,7	87,5	22,7
Nezatříděné komodity	2,2	-6,0	2,5	21,4

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

V roce 2007 převažoval dovoz surového materiálu, nerostných paliv a maziv, chemikálií a nepatrně také nápojů a tabáku. Na druhou stranu export tržních výrobků, strojů, dopravních prostředků, různých dalších výrobků, potravin a živých zvířat předčil jejich import. [121]

V oblasti exportu ovšem existuje seznam položek zboží, které se nesmí vyvážet. Patří do něj zejména měď, platina, speciální chemikálie, umělecké předměty a položky, jejichž export je zakázán na základě mezinárodních smluv. Dále je zakázán vývoz materiálů ohrožujících čínské státní tajemství, jako jsou tiskoviny, filmy a fotografie. Na řadu položek je také nutné získat speciální vývozní povolení, které vystavuje Ministerstvo obchodu Číny. Určitá část exportu je rovněž vystavena vývozním kvótám či množstevním omezením (např. některé zemědělské suroviny). [121]

4.4.5 Obchodní a ekonomická spolupráce mezi ČLR a ČR [135]

Hospodářská spolupráce mezi Čínskou lidovou republikou a Českou republikou je těžištěm současných česko-čínských styků. Změny probíhající v obou ekonomikách, jako je vstup ČLR do WTO či vstup ČR do EU, vytváří nové možnosti pro rozšíření další spolupráce. Vzájemný obchod se v posledních letech vyvíjel dynamicky, ovšem se vzrůstajícím deficitem obchodní bilance v neprospěch České republiky. Podrobnější údaje o vývoji vzájemného zahraničního obchodu od roku 2000 obsahuje tabulka 18.

Tab. 18: Bilance vzájemné obchodní výměny mezi ČLR a ČR

Rok	Vývoz z ČR		Dovoz do ČR		Obrat		Saldo	
	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%	mil. USD	%
2000	66,0	12,9	694,8	23,1	760,8	22,2	-628,8	24,3
2001	80,5	22,0	1067,2	53,6	1147,8	50,9	-986,7	56,9
2002	147,6	83,3	1874,3	75,6	2021,9	76,2	-1 726,7	75,1
2003	236,0	59,9	2611,4	39,3	2847,5	40,8	-2 375,4	37,6
2004	270,7	14,7	3493,1	33,8	3763,8	32,2	-3 222,4	35,7
2005	298,5	10,3	3921,0	12,3	4219,5	12,1	-3 622,5	12,4
2006	400,6	34,2	5703,0	45,5	6103,6	44,7	-5 302,4	46,4
2007	697,4	74,1	9235,5	61,9	9 932,9	62,7	-8 538,1	61,1
2008	777,2	11,4	12437,3	34,7	13214,5	33,0	-11660,1	36,6

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Z hlediska komoditní struktury převažuje obchod se stroji a průmyslovými výrobky, který tvoří 70,2 % vývozu z ČR a 65,8 % dovozu do ČR z ČLR. Podrobnější údaje o vzájemném obchodu v mil. USD za rok 2008 jsou uvedeny v následující tabulce 19.

Tab. 19: Komoditní struktura vzájemného obchodu mezi ČR a ČLR v roce 2008 v mil. USD

Zkrácený název tříd	Obrat	Vývoz z ČR	Dovoz do ČR	Saldo
Potraviny a živá zvířata	105,4	3,3	102,1	-98,8
Nápoje a tabák	2,2	0,5	1,8	-1,3
Surové materiály (s výjimkou paliv)	59,5	17,0	42,6	-25,6
Nerostná paliva, mazadla	2,4	1,6	0,8	-0,8
Živočišné a rostlinné oleje, tuky, vosky	0,3	0,0	0,3	-0,3
Chemikálie	260,0	40,7	219,4	-178,7
Tržní výrobky	1 139,0	100,0	1 039,0	-939,0
Stroje a přepravní zařízení	8 728,3	545,9	8 182,4	-7 636,4
Různé průmyslové výrobky	2 917,2	58,3	2 848,9	-2 780,6
Celkem	13 214,5	777,2	12 437,3	-11 660,1

Zdroj: vlastní zpracování dle [135]

Mezi nejdůležitější položky českého exportu do Čínské lidové republiky patří části psacích a počítačích strojů pro automatické zpracování dat (55,4 mil. USD), hřídele (41,5 mil. USD), části a součásti motorových, osobních vozidel a traktorů (29,9 mil. USD) a např. nezpracované sklo ve tvaru kuliček nebo trubic (25,4 mil. USD).

K nejčastěji vyváženým položkám z Čínské lidové republiky do České republiky patří taktéž části psacích a počítačích strojů pro automatické zpracování dat (2128,4 mil. USD), stroje pro automatické zpracování dat, jednotky a snímače (1278,9 mil. USD), části vysílačích, přijímacích a televizních strojů (1121,8 mil. USD), dále např. telefonní přístroje a ostatní přístroje pro vysílání a příjem hlasu a dat (484,4 mil. USD).

4.4.6 Makroekonomické trendy země

Rok 2009 je již čtvrtým rokem 11. pětiletky (2006-2010), v němž bude pokračovat plnění hlavních úkolů a strategických priorit k zajištění harmonického a udržitelného rozvoje země.

K těmto úkolům patří:

- vybudování nového socialistického venkova,
- urychlení ekonomické restrukturalizace a změna ekonomických modelů růstu,
- vyvážený rozvoj mezi regiony,
- zvýšení kapacity pro nezávislé inovace,
- prohlubování reformy a další otevírání se okolnímu světu,
- budování harmonické společnosti. [135]

Na výročním zasedání 12. Všečínského shromáždění lidových zástupců, které proběhlo v březnu 2009 v Pekingu, byl dle očekávání schválen čínský státní rozpočet, který mimo jiné předpokládá nárůst výdajů na zbrojení o 14,9 %. To znamená, že čínská vláda vyčlenila na vnitřní bezpečnost státu o třetinu více peněz než loni. Země dále počítá s největším deficitem v historii této lidové republiky. [39,135]

Čínský premiér konkretizoval hlavní záměry v oblasti ekonomického a sociálního rozvoje pro rok 2009:

- dosáhnout růstu HDP na úrovni 8 %,
- míra růstu indexu spotřebitelských cen by měla dosáhnout jen cca 4 %,
- vytvořit 9 milionů nových pracovních míst v městských zónách,
- udržet míru nezaměstnanosti ve městech na úrovni 4,6 %,
- vláda bude investovat 716,7 mld. CNY do rozvoje zemědělství a venkova včetně podpory malých zemědělských firem a individuálně hospodařících maloročníků,
- výdaje do vědecko-technologické sféry dosáhnou 146,1 mld. CNY,
- 335 mld. CNY bude využito v oblasti rozvoje zaměstnanosti a sociálního zabezpečení,
- 850 mld. CNY připadne na rozvoj zdravotnictví v období tří let,
- 43 mld. CNY bude vyčleněno na výstavbu kapacit pro bydlení sociálně slabých obyvatel,
- bude zintenzivněn proces restrukturalizace a modernizace průmyslového sektoru. [135]

5. AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL V ČLR

Před několika lety znal málokdo jediné čínské auto a stejně tak málokterá vyspělá automobilka uvažovala o spolupráci s čínským partnerem. Jednou z prvních společností, která se začala o čínský trh zajímat, byl německý koncern Volkswagen, který dodnes těží ze své prozíravosti.

Ačkoliv je automobilový průmysl v Číně ve srovnání se západními velmocemi teprve na začátku, není radno ho podceňovat. Dynamickým růstem jak výroby, tak i prodeje vozidel se Čínská lidová republika rychle dostává do popředí celosvětového zájmu. V současné době je Čína zemí s největším počtem automobilek.

Tato kapitola se nejdříve věnuje vývoji čínského automobilového průmyslu. Následně jsou zde představeni nejvýznamnější zástupci i strategie jak čínských tak i zahraničních automobilek operujících na čínském trhu. Závěr kapitoly je věnován působení Škoda Auto na tomto trhu.

5.1 VÝVOJ ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU

Čínský automobilový průmysl má poměrně krátkou historii. V roce 1953 byla spolu s technickou pomocí ze Sovětského svazu v průmyslovém městě na severo-východě Čínské lidové republiky v Changchunu založena první automobilka "First Automotive Works" (FAW). O tři roky později zde byl vyroben první čtyřtunový automobil s názvem Jiefang (osvobození). V roce 1958 poté následoval první vyrobený osobní automobil, který autoři pokřtili Dong Feng. Po testovací jízdě v bývalé císařské zahradě v Pekingu hrdý Mao oznámil: "Poprvé jsem seděl v autě od nás". S ohledem na sovětskou industrializační strategii, se čínský automobilový průmysl v následujících desetiletích soustředil na výrobu užitkových vozů. [160]

V roce 1980 existovalo 56 výrobců automobilů v různých provinciích země. Charakteristickým znakem pro tehdejší čínský automobilový průmysl byla naprostá výrobní samostatnost: každý automobilový výrobce zajišťoval celý hodnotový řetězec, a to nejen výrobu, ale také prodej v izolovaných oblastech. [90, s. 33-34]

Na rozdíl od výroby nákladních vozů byla výroba osobních automobilů ještě dlouhou dobu zanedbatelná. Například v roce 1982 bylo v Číně vyrobeno pouze 4030 osobních automobilů, proti tomu nákladních vozů bylo 30 krát více. [90, s. 33-34]

Začátkem 80. let vzrostl následkem mírných liberalizačních opatření hospodářský růst. Zároveň s tím přestala platit nařízení, která zakazovala členům vlády nižšího stupně používání veřejných dopravních prostředků, neboť do té doby bylo vlastnění vozu bráno jako symbol postavení, které mohli jako privilegium používat jenom členové vlády vyššího stupně. [90, s. 33-34]

To mělo za následek, že v roce 1984 domácí výroba nebyla schopna uspokojit rychle rostoucí poptávku po osobních vozech. O rok později již import vozů předčil jejich domácí výrobu více než 20 krát. Za těchto podmínek se vláda rozhodla podpořit domácí automobilovou výrobu za pomoci zahraničních technologií a kapitálu. Nejprve byl umožněn vstup zahraničních výrobců na čínský trh pouze v podobě kooperace s nějakým čínským partnerem. [90, s. 33-34]

V roce 1983 založila americká automobilka American Motors Corporation společně s čínským výrobcem společný podnik Beijing Jeep Cooperation, v roce 1987 byla převzata společností Chrysler. Volkswagen AG byl prvním německým podnikem, který společně s čínskou automobilkou Shanghai Automotive Industry Company (SAIC) v roce 1984 založil joint venture Shanghai Volkswagen Automotive Company Limited. [92, s. 296-298]

Od roku 1985 byl v závodě s Shanghai montován vůz Santana. Volkswagen tak získal monopolní postavení na čínském automobilovém trhu s osobními vozy. Vysoká dovozní cla, která byla přibližně na úrovni 60 % světových cen, zajišťovala Volkswagenu i přes vysoké výrobní náklady v průběhu mnoha let značné zisky. [160]

V témže roce do Číny vstoupil i francouzský Peugeot. Společně s čínskou automobilkou Guangzhou Auto Co. vyráběl nejprve užitkové vozy, později i osobní. Na základě problémů se svým čínským partnerem a nestabilních podmínek na čínském trhu se Peugeot po několika letech rozhodl vystoupit ze společné kooperace. Následující obrázek zachycuje působení zahraničních OEM na čínském trhu v roce 1985. [160]



Obr. 12: Působení zahraničních OEM na čínském trhu v roce 1985

Zdroj: [80]

Vzhledem k velkému úspěchu Volkswagenu a rostoucí liberalizaci politiky vstoupilo do země mnoho dalších zahraničních automobilových společností. V polovině 90. let existovalo v Číně 122 výrobců automobilů, kteří většinou vyráběli vozy v malosérii pro izolované regionální trhy. V roce 1995 začalo sdružování podniků a zakládání koncernů, díky čemuž se počet výrobců do roku 2002 snížil na 106. Tento trend nadále pokračuje. [160]

Na konci roku 2008 bylo na čínském trhu 83 značek automobilů, z čehož 54 zde mělo lokální výrobu. Následující obrázek zachycuje všechny EOM vyrábějící v Číně. Z hlediska počtu značek na trhu, je Čínská lidová republika tím nejpočetnějším. Naproti tomu např. ve Spojených státech amerických se loni prodávaly vozy 47 různých značek, z čehož 29 pocházelo z lokální výroby. [80]

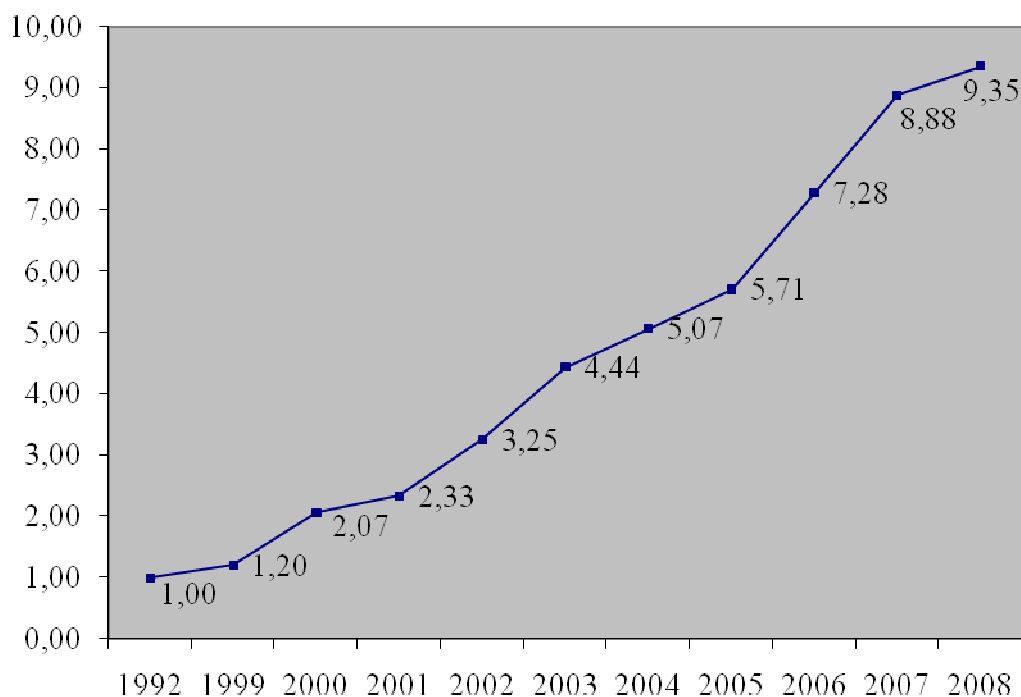


Obr. 13: Všechny značky automobilů v Číně v roce 2008

Zdroj: [80]

5.2 VÝROBA VOZŮ V ČÍNĚ A JEJICH EXPORT

S rostoucím vstupem zahraničních OEM došlo k prudkému nárůstu vyráběných automobilů na území Čínské lidové republiky. K prolomení hranice 1 milionu vyrobených kusů došlo v roce 1992, téměř po čtyřiceti letech od zahájení výroby automobilů. Za dalších 8 let čínský automobilový průmysl zdvojnásobil výrobu na 2 miliony kusů. Po vstupu země do WTO v roce 2001 došlo k dalšímu razantnímu nárůstu produkce a v roce 2006 se díky výrobě 7,3 mil. vozů čínský automobilový průmysl stal 3. největším na světě, po Spojených státech amerických a Japonsku. V roce 2007 se počet vyrobených kusů dostal nad hranici 8,8 mil. V roce 2008 díky celosvětové finanční krizi došlo sice k mírnému zpomalení růstu, ale přesto počet vyrobených kusů vzrostl na 9,35 mil. vozů. V roce 2020 chce být Čínská lidová republika světovou automobilovou jedničkou s roční produkcí 15 milionů. Graf zachycující vývoj počtu vyrobených kusů od roku 1992 do roku 2008 je zobrazen na následujícím obrázku 14. [7]

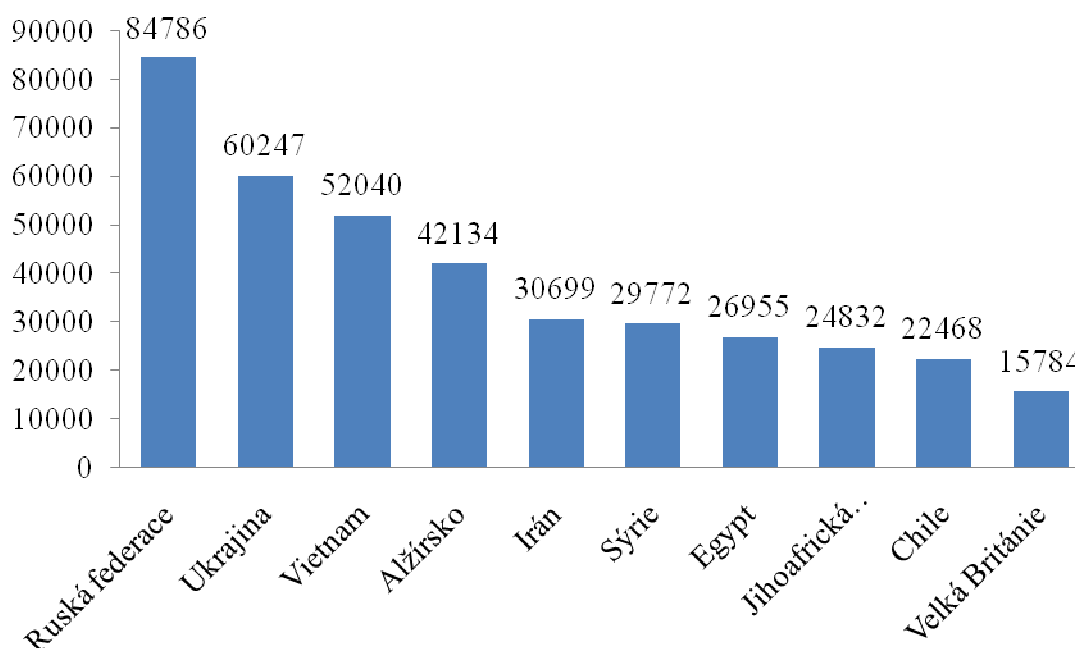


Obr. 14: Vývoj počtu vyrobených vozů v ČLR od roku 1992 do 2008 v mil. ks

Zdroj: vlastní zpracování dle [7]

Růst výroby automobilů vedl tamní producenty k úvahám o exportu levných čínských automobilů za hranice země. Nejprve se vozy začaly vyvážet na trhy v Africe, jižní Americe, Rusku, Iránu a Turecku, kde nejsou tak přísné bezpečnostní a emisní normy, jako v Evropě a USA. Odkud pomalu vytlačují dražší evropskou, americkou a japonskou konkurenci. Nyní se ovšem čínské vozy pomalu derou na západní trhy a konkurují tak tradičním značkám. [168]

V roce 2004 vyvezla Čína za své hranice 78 tisíc vozidel, o rok později to bylo 173 tisíc automobilů a v roce 2006 již 340 tisíc automobilů. V roce 2007 se podařilo ČLR prolomit hranici půl milionu exportovaných vozů. Téhož Čína dosáhla i v loňském roce již za prvních 8 měsíců, poté ovšem i na Čínskou lidovou republiku dolehla celosvětová ekonomická krize. Od srpna 2008 docházelo k poklesu měsíčních exportů vozů ze 70 090 kusů v červenci na 35 792 v prosinci 2008. I přesto ovšem celkový **export v roce 2008** dosáhl svého historického maxima **648 951 vozů**, což představuje zvýšení oproti předchozímu roku o 38 %. Následující obrázek zachycuje 10 nejvýznamnějších exportních zemí pro vozy vyrobené v Číně v roce 2008. [72, 168]



Obr. 15: Export vozů v roce 2008 v ks

Zdroj: vlastní zpracování dle [72]

Vyrobené a prodané v Číně ještě ale neznamená čínské, neboť na čínském trhu působí celá řada zahraničních OEM, které ve společných čínsko-zahraničních projektech montují automobily pod hlavičkou řady světových koncernů, např. Volkswagen, General Motors, DaimlerChrysler, Toyota, adt. Při rozdělení výroby automobilů v Číně na domácí a zahraniční značky, lze zjistit, že zhruba 75 % čínské produkce automobilů vyjíždí z bran zahraničních automobilek a pouhých 25 % osobních vozů připadá na čistě čínské společnosti. [168]

S rozvojem domácích automobilek rok od roku stoupá jejich podíl na trhu prodaných vozů. Zatímco v roce 2004 dosahovaly pouze 15,8 %, v roce 2007 zaujímaly již 24,3 %. Následující tabulka 20 obsahuje procentní podíly domácích a zahraničních OEM na trhu nových osobních automobilů v roce 2007. Největší podíl na trhu patří dlouhodobě koncernu Volkswagen, i když každým rokem prodává více a více vozů, jeho podíl na trhu klesá. Zatímco v roce 2004 zaujímal 25,7 %, v roce 2007 dosáhl pouze na 18,3 %. Druhou pozici s 10,4 % obsadil General Motors Group. Třetí a čtvrté místo patří Hondě a Hyundai/Kia Group s o něco málo než osmi procentními podíly. První pěti doplňuje první zástupce čínských výrobců Chery s 6,3 % podílem. [79]

Tab. 20: Celkové tržní podíly na čínském trhu v roce 2007

Zahraniční OEM	Tržní podíl v %	Čínské OEM	Tržní podíl v %
BMW Group	1,0	Baoding Great Wall	1,2
Daimler/Chrysler Group	2,3	Brilliance	2,5
Fiat Group	0,4	BYD	2,0
Ford Group	7,3	Dongfeng	0,4
GM Group	10,4	FAW	3,8
Honda	8,2	Geely	3,8
Hyundai/Kia Group	8,1	Hafei	1,1
PSA Group	4,3	Jianghuai Auto	0,9
Renault/Nissan	4,3	Chery	6,3
Suzuki	3,1	Changan Auto	0,8
Toyota Group	8,0	Lifan	0,7
VW-Koncern*	18,3	Ostatní čínské značky	0,8
Celkem	75,7	Celkem	24,3

* z toho Volkswagen 16,2 %, Audi 2 % a Škoda 0,1 %
 Zdroj: vlastní zpracování dle [79]

5.3 STRATEGIE ČÍNSKÝCH AUTOMOBILEK

Převažující strategií velkých čínských automobilek v minulosti bylo uzavření joint venture s jedním nebo více mezinárodními výrobci aut. V současném pětiletém plánu je výslovně formulován cíl budovat domácí podniky, které nebudou odkázány na zahraniční kooperace. Pohled na strategii největších automobilek však ukazuje, že i nadále uzavírají kooperace se zahraničními podniky. [49, s. 154-155]

Čínské společnosti se podobně jako v 50. letech japonské snaží co nejvíce "okoukávat" výrobní technologie svých zahraničních partnerů a postupně se pouští do vývoje svých vlastních značek. Domácí automobilky dokonce plánují do roku 2010 obsazení 40 procent čínského trhu a následně tento podíl navýšit na 50 až 60 procent. Jakmile tato situace nastane, budou mít čínské automobilky nejen dostatečné množství kapitálu k zahraničním akvizicím, ale především zkušenosti, které jim pomohou prosadit se na trzích po celém světě. [168]

Čínské automobilové koncerny mají ve srovnání k jejich zahraničním partnerům potřebu dohnat je jednak v oblasti technologického know-how, management-know-how, tak i v oborech logistiky, marketingu a odbytu. Aby mohly vyrábět mezinárodně konkurenční

vozy, je nejvyšším cílem organizace zajištění technologických kompetencí. Zahraniční podniky poskytují v rámci jejich joint venture své znalosti samozřejmě jen v omezené míře. Pro co možná nejrychlejší posílení své značky zaměstnávají čínské podniky inženýry nebo také designery ze západních průmyslových zemí. Experti předpokládají, že do pěti maximálně deseti let budou čínské automobily nabízené na světových trzích plně konkurenceschopné vůči ostatním mezinárodním značkám. [90, s. 36-39]

V roce 2003 začaly čínské koncerny s restrukturalizací své organizace. Cílem restrukturalizace je využití synergického potenciálu, který byl zanedbán v důsledku decentralizované organizace. Při snaze o konsolidaci jsou podniky podporovány vládou. Tak např. FAW má jako interní cíl v příštích letech konsolidaci managementu v celém koncernu a posílení orientace na služby. V posledních letech byla realizována řada výzkumů se zákazníky s cílem vylepšení marketingových a odbytových služeb. [90, s. 36-39]

Chce-li podnik i z prostředí řízené ekonomiky přežít v konkurenčním prostředí, musí myslet tržně, tzn. buď musí nabídnout opravdu něco nevšedního, co osloví zákazníky, nebo se musí pokusit vydobýt si postavení společnými silami. Příkladem toho může být dohoda mezi předními čínskými automobilkami SAIC a Nanjing z konce roku 2007 o společné fúzi. [33]

5.4 DOMÁCÍ OEM

V Čínské lidové republice existuje velké množství domácích automobilových výrobců. Většina z nich ovšem působí pouze lokálně v některé z provincií v Číně a vyrábí zanedbatelné množství automobilů.

K těm nejvýznamnějším v abecedním pořadí patří:

- Brilliance China Auto,
- BYD Auto,
- Dongfeng Motor Corporation,
- First Automobile Works,
- Geely Automobile,
- Chang'an Motors,

- Chery Automobile,
- Shanghai Automotive Industry Corporation.

Dalšími významnými čínskými automobilkami jsou např. Great Wall Motors, Guangzhou Automobile Industry Group, Haima, Jianjing, Nanjing, Zhonghua.

5.4.1 Brilliance China Auto

Automobilka Brilliance patří k předním výrobcům automobilů v Číně. Byla založena v roce 1992. Vlastní dvě dceřiné společnosti China Automotive Company Ltd. a Jinbei Automotive Company Ltd. [19]

Společnost se zabývá výrobou minibusů pod značkou Jinbei a sedanů značky Zhonghua (v zahraničí jsou nazývány Brilliance BS + číslo). Automobilka zaměstnává přibližně 11 680 zaměstnanců. Výrobní kapacity závodu v Shenyang jsou 120 000 minibusů a 180 000 sedanů. V roce 2007 bylo prodáno 73 715 minibusů a 106 770 osobních automobilů. [59]

V roce 2003 uzavřela Brilliance China Auto strategické partnerství s německou automobilkou BMW AG na výrobu sedanů v Číně. Zřízení této nové divize stálo Brilliance 500 mil. USD. BMW se na oplátku zavázalo poskytovat poradenské služby týkající se výroby nových vozů. [19]

Automobilka Brilliance spolupracuje i s dalšími významnými OEM jako jsou např. Toyota, Mitsubishi, Porsche, či s italskou designérskou společností Pininfarina. [59]

Brilliance je první čínskou automobilkou, která 13. dubna 2007 oficiálně vstoupila na evropský trh. Na autosalonu AMI v Lipsku konaném v dubnu téhož roku představila automobilka Brilliance svou kompletní modelovou paletu pro evropský trh a zároveň rozvojovou strategii pro Evropu. První model, se kterým Brilliance vstoupila na evropský trh, byl Brilliance BS6 ve verzi 2,0 l a 2,4 l. Model daného vozu je zobrazen na obr. 16. [89]

V červnu 2007 provedl německý autoklub ADAC nárazový test vozu Brilliance BS6 odpovídající normám NCAP. Z pěti možných hvězd získal čínský model pouze jednu. Z hlediska celkového počtu bodů měl sice vůz nárok na dvě hvězdy, ale druhá hvězda byla vozu odňata kvůli bočnímu nárazu, po němž došlo k překročení biomechanické mezní hodnoty v oblasti hrudníku a břicha figuríny. Ani přední náraz v rychlosti 64 km/h do pevné překážky nedopadl o nic lépe. Při nárazu došlo k průniku přední části vozu spolu s A sloupkem na straně řidiče do vnitřního prostoru. Dále se ohnuly prahy dveří směrem dolů, čímž došlo k zaklínění dveří, které bylo možné otevřít až za použití techniky. Také pedály se při nárazu posunuly směrem dovnitř o 32 cm a přístrojová deska o zhruba 20 cm. Enormně se tím zmenšil minimální prostor pro přežití posádky. [153]

Koncem roku 2008 byl na německý trh uveden další vůz značky Brilliance BS4. V březnu tohoto roku zorganizoval německý autoklub ADAC crabs-test tohoto modelu. I když ve srovnání s výsledky testu vozu BS6 došlo ke zlepšení bezpečnostní konstrukce automobilu, nezískal by podle nové metodiky NCAP čínský model ani jednu hvězdu. Podle aktuální velmi přísné metodiky Euro NCAP je celkový důraz kladen na vyváženost hodnocení v jednotlivých kritériích a nově také na přítomnost asistenčních systémů. Brilliance BS4 nemá ve výbavě ani stabilizační systém, ani omezovač rychlosti a ani připomínáče nezapnutých bezpečnostních pásů. [99]

I přes nepříliš lichotivé výsledky cash testů, se čínské vozy na evropských trzích nadále prodávají. Společnost HSO Motors Europe, která v Evropě zajišťuje prodej vozů značky Brilliance jich zde loni prodala téměř tisíc. Letos dokonce HSO počítá s prodejem šesti tisíc nových vozů. [155]

V roce 2008 vyráběla automobilka Brilliance v závodě v Shenyang tyto modely vozů:

- Jinbei Granvia a Hiace,
- Zhonghua A1, Junjie (v Evropě označován BS4), M3 a Zunchi (v Evropě označován BS6).

[77]



Obr. 16: zleva Modely vozů automobilky Brilliance China Auto: BS4, BS6, Jinbei Hiace

Zdroj: [17, 18, 88]

5.4.2 BYD Auto

V roce 1995 byla založena společnost BYD Company limited, která se zabývala výrobou baterií. Do světového povědomí se dostala, když začala vyrábět akumulátory do mobilních telefonů značky Nokia. Zkratka BYD znamená Build Your Dreams. V roce 2003 převzala Automobilku Qinchuan a založila společnost BYD Auto, která se velmi rychle dostala do povědomí zákazníků nejen v Číně. [22]

Výrobní náplní se staly malé čtyřmístné automobily, jejichž provedení vycházelo ze staršího japonského modelu Suzuki Alto. První vozy nesly označení QCJ7081 a QCJ7110. Jejich následovníci se vyrábějí dodnes pod názvem Flyer. [21]

Čínská značka BYD se také pravidelně účastní mezinárodních autosalonů. Jedním z nejdůležitějších produktů automobilky BYD je inovativní hybridní systém kombinace benzinového a elektrického motoru „plug in at home“ s možností nabíjení ze zásuvky. [87]

Na sklonku minulého roku byl představen model F3DM, který je postaven jako elektromobil s prodlouženým dojezdem. Navzdory velkým očekáváním se ho v prvním čtvrtletí prodalo údajně jen osm desítek. Na vině je jednak vysoká cena, v přepočtu 21 915 dolarů, nedostatek dobíjecích stanic a také obavy zákazníků o trvanlivost baterií, jejichž výdrž a jízdní výkony nebylo dosud možno nezávisle ověřit. Model F3DM není doposud dostupný soukromým zákazníkům, ale jen velkoodběratelům, jako jsou např. státní podniky a úřady. Dle slov ředitele závodu by po náběhu plné výroby mělo dojít ke snížení prodejní ceny v přepočtu na 16 000 dolarů, což by mohlo model na trhu zatraktivnit. [46]

Automobilka BYD patří v Číně k dlouhodobě k dobře hodnoceným společnostem s rozsáhlou distribuční sítí a s rostoucím tržním podílem, což dokazují i prodeje v březnu 2009 výchozí řady F3 s konvenčním benzínovým motorem, které přesáhly 20 000 kusů. [46]

V roce 2008 vyráběla automobilka BYD Auto ve 2 závodech modely vozů BYD F1, F3, F6, F8, Flyer a Lark. [77]



Obr. 17: zleva Modely vozů automobilky BYD: F1, F3 a F3DM

Zdroj: zleva [87, 66, 46]

5.4.3 Dongfeng Motor Corporation

Společnost Dongfeng Motor Corporation, která byla založena v roce 1969, byla původně pojmenována Second Automobile Works Co. Nyní je třetí největší čínskou automobilkou vyrábějící osobní automobily, užitková vozidla, motory a další příslušenství. Kromě vlastní produkce vyrábí automobily ve společných podnicích s několika zahraničními automobilkami jako je např. Peugeot, Citroën, Honda, Kia a Nissan. Společnost zaměstnává celkem 121 tisíc lidí. V roce 2007 vyrobila více než 1,1 milionů vozů a má ambice stát se nejsilnějším výrobcem automobilů v ČLR. [44]

Mezi nejvýznamnější vlastní modely vozů lze zařadit prototyp sportovního vozu D120, který byl prezentován na autosalonu v Pekingu v roce 2006. Písmeno D mělo symbolizovat název společnosti nebo také sen (dream) či vývoj (development) a číslo 120 počet prodaných kusů automobilů v roce 2008. Nejde ovšem o 120 tisíc ale o 1,2 mil. [157]

V roce 2008 vyráběla automobilka ve 4 závodech tyto vlastní modely vozů: Dongfeng BF, B11, Futurer, Mini Car, Oting, Serena, Tuyi, Xiaokang. [77]



Obr. 18: zleva Modely vozů automobilky DFM: D120, Dongfeng Oting, Dongfeng BF

Zdroj: zleva [157, 42, 43]

5.4.4 First Automotive Works Group Corporation

Společnost First Automotive Works Group Corporation (FAW) byla první automobilkou založenou v Čínské lidové republice v roce 1953 za pomoci Sovětského svazu. Od roku 1956 se zde vyráběly nákladní automobily. Později se přešlo i k výrobě osobních vozů. [51]

Prostřednictvím různých společných podniků s VW, Audi, Mazdou a Toyotou nabízí FAW celou řadu automobilů zahrnující jednak osobní vozy od nižší střední třídy po luxusní vozy, ale také užitkové vozy, autobusy a nákladní automobily. V roce 2004 prolomila FAW Group Corporation hranici 1 milionu vyrobených kusů, její produkce nadále roste. V roce 2007 vyrobila 1,4 mil. kusů. [51]

Pokud jde o vyloženě čínské vozy, vyrábí je FAW pod několika značkami, jako je Xiali, Hongqi, Jiaxing či Besturn. Není ovšem zcela jasné, zda to jsou vlastní značky, nebo jen jednotlivé modely. Tyto automobily jsou totiž nabízeny i na dalších trzích, jako je např. Indie. Zde jsou ovšem prodávány pod zcela jinou značkou. [124]

S vlastním designem si automobilka příliš hlavu neláme. Např. model Jiaxing není ničím jiným než okopírovaným starým Daihatsu, o kterém se v roce 2005 mluvilo jako o prvním čínském vozidle v Evropě. I modely Xiali a Besturn jsou nápadně podobné některým známým evropským vozům. Model Besturn 500 představuje přímo Mazdu 6 předchozí generace se stylisticky přepracovanou karoserií, která dostala zcela novou přední i zadní část. [118, 124]

Za nejvýznamnější model automobilky lze pokládat luxusní sedany Hongqi, které jsou dodávány i čínské vládě. Především model Hongqi HQ3 je automobilem, který byl kompletně navržený a vyrobený v Číně. V březnu 2008 automobilka oznámila, že do roka začne sériově vyrábět motor V12 6,0 l, jenž je určen pod dlouhou kapotu limuzíny Hongqi HQE, která jako by z oka vypadla některému z vozů Rolls-Royce. [27, 124]

V roce 2008 vyráběla automobilka ve 4 závodech tyto modely vozů:

- FAW Free Wind, Jiabao Bus, Jiabao Truck, Move, V220, Vela, Vizi, Weizhi,
- Hongqi Besturn, C601, HQ3 Hongqi,
- Tianjin Xiali. [77]



Obr. 19: zleva Modely vozů automobilky FAW: Hongqi HQ3, Jiabao Besturn

Zdroj: zleva [65, 124]

5.4.5 Geely Automobile

Společnost Geely, která vznikla v roce 1986, se nejprve specializovala na výrobu mrazírenských boxů. V roce 1992 se přeorientovala na produkci náhradních dílů do motocyklů. O dva roky později již spustila vlastní výrobu motocyklů a skútrů, které se velmi rychle etablovaly na čínském trhu. [168]

V roce 2003 začala Geely s výrobou osobních automobilů. Motory jí dodává a licence poskytuje jihokorejská automobilka Daewoo. V posledních letech investuje Geely do vývoje automobilů na své vlastní platformě. Do roku 2010 se plánuje dostat na evropský i americký trh. V současné době své vozy prodává na arabském a ruském trhu. [168]

Jako první čínská automobilka se v roce 2005 představila na IAA ve Frankfurtu. O rok později prezentovala své vozy i na Detroitském autosalonu. Na letošním dubnovém autosalonu v Shanghai představila Geely Automobile mimo jiné i luxusní 5,3 m dlouhou limuzínu, která ovšem velmi připomíná Rolls Royce Phantom. [58, 93]

V roce 2008 vyráběla automobilka Geely Automobile v 6 závodech tyto modely vozů:

- Geely Beauty Leopard, Dragon, Free Cruiser, KingKong, LC-1, LG-3, LK-1, Mirrie, Ulio, Vision,
- Huapu Biaofeng, Haiyu. [77]



Obr. 20: zleva Modely vozů automobilky Geely Automobile: Huapu Biaofeng, Geely KingKong a nová limuzína

Zdroj: zleva [101, 168, 93]

5.4.6 Chang'an Automobile Group Co., Ltd.

Společnost Chang'an Automobile Group Co., Ltd., označována také ChangAn, je jednou z nejrenomovanějších automobilek v Číně. Její sídlo se nachází v Chongqing. Chang'an má dlouhou historii, v roce 1957 vyrobila první jeep na území Čínské lidové republiky s názvem Yangtze River. V roce 1993 vytvořila joint venture se Suzuki, o několik let později také s Fordem a Mazdou. ChangAn zaměstnává více než 28 tisíc osob včetně vědeckých a technických zaměstnanců. Díky své účasti v 11 automobilkách nabízí svým zákazníkům kompletní modelové řady včetně nižší, střední a vyšší třídy osobních i užitkových vozů. V roce 2007 vyrobila automobilka více než 1 milion vozů i motorů, do roku 2010 by chtěla výrobu zdvojnásobit. [68]

Vůz značky ChangAn BenBen se ve své třídě v loňském roce umístil na prvním místě ve studii měřící celkovou spokojenost zákazníků s novým vozem. Toto hodnocení provádí každoročně společnost J. D. Power Asia Pacific na základě dotazování se mezi zákazníky. [84]

I čínské automobilky se snaží na sebe upozornit na světových automobilových výstavách, kde prezentují své nové vozy i koncepty. Jedním z hlavních témat pekingského autosalonu, který se konal v dubnu 2008, byl i průnik čínských automobilek na západní trhy a konkurence schopnost jejich vozů vůči západním značkám. I automobilka ChangAn zde představila nový koncept pětimístního hatchbacku s názvem V802, který je zástupcem nižší střední třídy. [94]

V roce 2008 vyráběla automobilka Changan Auto ve 3 závodech tyto modely vozů: BenBen, Carry Bus, Carry Truck, CM8, CV5, CV8, Joice, V101. [77]



Obr. 21: zleva Modely vozů automobilky ChangAn: BenBen, Joice, koncept V802

Zdroj: zleva [68, 94]

5.4.7 Chery Automobile

Společnost Chery Automobile je největší nezávislý čínský výrobce osobních vozů a jeden z nejrychleji se rozvíjejících výrobců automobilů na světě. Automobilka byla založena teprve v roce 1997, ale již od roku 2005, kdy vyrobila 188 tisíc vozů, patří mezi největších pět čínských automobilek. V roce 2007 vyprodukovala téměř 430 tisíc vozů a jako první čínská automobilka prolomila hranici 1 milion vyrobených vozů. [69]

První vozy v roce 1997 vyrobila na základě licenční platformy Seat Toledo. Společnost nedostala licenci k prodeji svých vozů na celém území Číny, prodávat je mohla jen ve vybraných regionech. V roce 2001 koupila Shanghai Automotive Industry Corporation

20% podíl ve firmě, což umožnilo používat Chery maloobchodní prodejní licenci SAIC. V roce 2001 začala Chery vyvážet své vozy do Sýrie, a stala se tak prvním čínským vývozcem vozů. Chery také získala certifikaci ISO-9001 a ISO/TS 16949. [69]

Automobilka Chery je ve světě automobilového průmyslu známa také díky svému sporu o licenční práva na Daewoo Matiz. V roce 2003 totiž Chery začala s výrobou vozu Chery QQ, který zcela kopíroval korejský model, což se nelíbilo novému majiteli, koncernu General Motors. Chery se bránila tím, že licenci získala ještě před akvizicí Daewoo pod křídla General Motors, a odmítla ukončit výrobu. Navíc k tomuto modelu přidala ještě další Chery Eastar, jenž opět věrně kopíroval jiný model Daewo a to Magnus. [31]

Vozy této automobilky navíc dlouhodobě vykazovaly velmi nízkou kvalitu, což ve spojení se spory s General Motors a poté i Volkswagenem vedlo k tomu, že SAIC prodal svůj podíl v této společnosti, aby neodradil tyto investory. [31]

Velká změna v politice této automobilky přišla v roce 2005, kdy došlo k celkovému přeorganizování výroby. Vozy začaly dosahovat kvalitativních standardů světových automobilek. [31]

Na podzim roku 2006 podepsala čínská automobilka Chery dohodu s koncernem DaimlerChrysler, že bude pro americkou automobilku Chrysler vyrábět nový malý kompaktní automobil značky Dodge, který by se měl prodávat na evropských a amerických trzích od roku 2009. Na jaře roku 2007 byla tato spolupráce z čínské strany v souvislosti s prodejem Chrysleru zastavena. Generální ředitel čínské automobilky uvedl, že prodej Chrysleru byl pro Číňany naprostým překvapením, ale že hodlá znovu jednat o podmínkách spolupráce. V prosinci 2008 obě automobilky z důvodu celosvětové finanční krize oznámily, že zastavují veškerá jednání o spolupráci a že se plánovaný vůz vyrábět nebude. [154, 156]

V roce 2007 vyzval ruský magazín AvtoRevu čínskou automobilku Chery ke stažení jejího modelu Amulet z trhu. Důvodem byl katastrofální výsledek cash testu, který automobilový magazín AvtoRevu zorganizoval. Po jednom z mála cash testů, které se na čínském vozidle podařilo provést, totiž před vypadala jako tahací harmonika. Amulet měl po nárazu v rychlosti 64 km/hod. dveřní prahy „zmuchlané jako noviny“ a zkušební figurína byla s vrakem tak propletená, že musela být vytažena po kouskách. [45]

Čínská automobilka sice namítla, že byly testy zaujaté, neboť je prováděla laboratoř patřící největšímu ruskému výrobcí automobilů Avtovaz, která prý měla za úkol pošpinit čínské výrobce. Na druhou stranu se ruská laboratoř bránila tím, že testům byli přítomni jednak zástupci čínské automobilky a jednak byly testy organizovány nejrespektovanějším automobilovým magazínem AvtoRevu. [45]

Rusko je největší importér čínských vozů. Model Amulet se zde prodával v přepočtu za 9000 dolarů. V první polovině roku 2007 se zde prodalo více než deset tisíc automobilů. Před uvedením na trh sice vůz prošel státní zkušebnou, ale to co v Rusku stačí zákonným předpisům, nebývá na úrovni nejmodernější techniky, takže se vozy Amulet prohánějí po ruských silnicích i nadále. [45]

Ke společnosti Chery patří dvě automobilky, dva závody na výrobu motorů, továrna na převodovky, vědecko-výzkumný institut a také vývojové a designerské středisko. Celkem společnost zaměstnává kolem 20 000 lidí. Automobilka dále spolupracuje s řadou významných japonských, evropských i amerických společností, díky čemuž se jí daří nadále trvale zvyšovat nejen kvalitu vozů, ale i zlepšovat výrobní postupy a pronikat na další světové trhy. Chery také získala certifikaci ISO-9001 a ISO/TS 16949. [69]

Automobilka Chery se aktivně zapojuje i do vývoje hybridních pohonů. Padesát modelů vozů Chery A5 ve dvou variantách Chery A5 ISG a Chery A5 BSG bylo součástí flotily automobilů určených pro olympiádu v Pekingu v srpnu 2008. [146]

V lednu 2009 automobilka zahájila sériovou výrobu hybridního vozu Chery A5 BSG, který je založen na systému start-stop. Jedná se o první sériově vyráběné vozidlo s touto hybridní technologií na území Číny. Systém start-stop umožňuje vypnutí motoru, pokud vozidlo uvízne v zácpě, nebo když zastaví na červenou. V okamžiku, kdy se řidič rozhodne, uvést vozidlo opět do pohybu, systém BSG znovu nastartuje motor. Díky tomuto režimu dochází ke snížení průměrné spotřeby pohonných hmot i emisí a hluku. [55]

V roce 2008 vyráběla automobilka Chery ve 3 závodech tyto modely vozů Chery: A1, Cowin A2, A3, A5, Eastar A6, A7, B23, Karry L6, Large MPV, Mini Car, P11, P12, QQ3, QQ5, QQ6, Q21, S18, Tiggo T3, V2, V5. [77]



Obr. 22: zleva Modely vozů automobilky Chery: A5, QQ6, Eastar A6

Zdroj: [70]

5.4.8 Shanghai Automotive Industry Corporation

Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) je čínskou státní společností, která je v současnosti největší automobilkou v Číně. Zaměstnává přes 34 tisíc osob a podílí se na řízení 55 dceřiných společností. Její roční produkce automobilů vzrostla ze 150 tisíc v roce 2001 téměř na 1,7 mil. v roce 2007. Vedle vlastních závodů montuje SAIC automobily ve společných podnicích s Volkswagen Group (od roku 1985) a General Motors (od roku 1998). V roce 2004 koupila automobilka SAIC jihokorejský SangYong. [130]

V roce 2006 byla po neúspěšném jednání o koupi ochranné známky po zkrachovalé britské automobilce Rover vytvořena značka Roewe. Práva na používání názvu Rover nakonec získala americká automobilka Ford. Ještě v tomtéž roce byl na trh uveden první vlastní sedan Roewe 750, založený na technologii zkrachovalé firmy Rover. O rok později představila SAIC v Sanghai prototyp vozu střední třídy Roewe W2 a také vůz poháněný palivovými články. [32, 168]

V prosinci roku 2007 podepsala SAIC se společností Nanjing Automobile Corporation smlouvu o převzetí všech aktiv včetně továrny Longbridge po zkrachovalém Roveru v britském West Midlands. [131]

V této továrně automobilka v roce 2008 obnovila výrobu. Prvním vozem, který opustil brány závodu, byl staronový model TF LE500, jenž byl určen pouze pro britský trh. V následujících letech plánuje automobilka jednak výrobu modelu TF i v Číně a jednak také rozšíření o další modely. V roce 2010 se má jednat o rodinný automobil vycházející z vozu Roewe 550. Následovat by měl hatchback velikosti Fordu Focus, malý automobil ve třídě vozů Ford Ka

či Fiat 500. Později by měl dorazit i nový sportovní automobil, jenž nahradí současný Roadster TF. [119]

V roce 2008 vyráběla automobilka SAIC ve 3 závodech tyto modely vozů:

- MG 3, 7, TF,
- Roewe 550, 750,
- Ssangyong Istana, Kyron. [77]



Obr. 23: zleva Modely vozů automobilky SAIC: Roewe 550, Roewe 750, TF LE500

Zdroj: zleva [128, 168, 119]

5.5 STRATEGIE A AKTIVITY MEZINÁRODNÍCH OEM V ČLR [49, s. 155-156]

Mezinárodní automobiloví výrobci stejně jako jejich čínští konkurenti jsou neustále konfrontováni měnícími se podmínkami na čínském trhu. I přes omezené možnosti musejí splňovat rostoucí požadavky čínských zákazníků.

Mezinárodní automobiloví výrobci mohou:

- své vozy na čínský trh pouze importovat,
- zahájit zde vlastní výrobu vozů,
- kombinovat import a výrobu vozů.

Otázka vstupu na čínský trh je již nerelevantní, neboť zde jsou již všechny velké automobilky zastoupeny. Některé zde zahájily vlastní výrobu vozů, jiné sem vozy pouze importují. Nejvýznamnější automobilové koncerny, které se rozhodly pro produkci vozů přímo na území Čínské lidové republiky, jsou uvedeny v následujících podkapitolách. Mezi společnostmi, které sem své vozy stále jen dovážejí, patří např. Porsche nebo Ferrari.

5.5.1 BMW Group

BMW se rozhodlo pro angažmá v Čínské lidové republice poměrně pozdě. Teprve v roce 1994 otevřelo svou vlastní Reprezentační kancelář v Číně, která se zaměřovala na odbyt dovážených vozů. Téměř po deseti letech v červnu 2003 uzavřelo BMW joint venture s Brilliance China Automotive Holding a vznikla tak společnost BMW Brilliance Automotive Ltd. Tato společnost se zabývá výrobou, prodejem a poprodejním servisem vozů prémiové značky BMW. [15, 90 s. 40]

Počet prodaných i v Číně vyrobených vozů značky BMW každým rokem stoupá. V roce 2007 zde bylo vyrobeno 25 805 vozů. V loňském roce výroba vzrostla na 35 163 kusů. Prodáno bylo dokonce 62 688 automobilů, což představuje nárůst oproti roku 2007 o 27 %. Automobilka zde v závodě v Shenyang na severovýchodě ČLR vyrábí vozy třídy 3 a 5, které jsou vyobrazeny na obr. 24. [16, 73]

Na letošním dubnovém autosalonu v Shanghai zveřejnila německá automobilka BMW a její čínský partner Brilliance Auto své plány do příštích let. Hodlají zde postavit druhý výrobní závod a do poloviny příštího roku zvýšit výrobní kapacitu v Číně na 75 000 až 80 000 vozů ročně ze současných 30 000 vozů ročně. [167]



Obr. 24: zleva Modely vozů automobilky BMW: 3 a 5

Zdroj:[14]

5.5.2 Daimler/Chrysler/Mitsubishi

Americký koncern Chrysler byla první zahraniční automobilová společnost, která v roce 1983 podepsala joint venture s čínskou Beijing Automotive Industry Holding Company a vytvořila tak společnost Beijing Jeep Corporation, která se zabývala převážně výrobou terénních vozidel Jeep Cherokee. [160]

Dceřiná společnost německého koncernu Daimler Mercedes-Benz založila joint venture na výrobu osobních i užitkových vozů s čínskou Beijing Automotive Industry Holding Company teprve v roce 2003. Součástí smlouvy je i výroba vozů Mitsubishi. V roce 2005 došlo k začlenění společnosti Beijing Jeep Corporation pod Beijing-Benz DaimlerChrysler Automotive Co Ltd. [12,160]

V roce 2008 se v ČLR vyráběly následující modely značek Dodge, Chrysler, Mercedes-Benz a Mitsubishi:

- Dodge Caravan a Mini Car,
- Chrysler 300, Sebring a Voyager
- Mercedes-Benz C-Class a E-Class,
- Mitsubishi Grunder, Lancer, Pajero, Pajero Sport a Zinger. [77]



Obr. 25: zleva Modely vozů: Chrysler 300, Mercedes Benz E, Mitsubishi Pajero

Zdroj: zleva [75, 106, 107]

5.5.3 Fiat

V roce 1999 podepsala italská automobilka Fiat smlouvu na výrobu osobních vozů s čínskou Yuejin Motor Group a založili tak společný podnik Nanjing Fiat Automobile, který od ledna 2002 vyráběl vozy Fiat Palio a od dubna 2003 Fiat Siena. Postupně se nabídka vozů rozšířila ještě o modely Fiat Palio Weekend a Fiat Perla. V prosinci 2007 na základě dlouhodobých

sporů došlo k vypovězení smlouvy. Od té doby je koncern Fiat zastoupen v ČLR jen na základě joint venture mezi jeho dceřinou společností Iveco a SAIC Motor, která se zabývá výrobou nákladních automobilů. Model Iveco Daily je zobrazen na obr. 26. [109, 160]

V roce 2007 uzavřel Fiat dohodu s čínskou automobilkou Chery Automobile o nákupu jejich motorů cca 100 000 ročně. Od roku 2009 spolu dále plánují vyrábět vozy Fiat a Alfa Romeo cca 175 000 vozů ročně. K tomuto tématu sdělil Marchionne, generální ředitel koncernu Fiat: "Uvedení Alfy Romeo do Číny představuje historický krok, kdy se na nejrychleji rostoucí automobilový trh světa dostává jedna z nejatraktivnějších značek evropského automobilového průmyslu." [54]



Obr. 26: Iveco Daily

Zdroj: [82]

5.5.4 Ford/Mazda

V roce 1995 založil americký Ford společně s japonskou automobilkou Jiangling Motor Company společný podnik joint venture a od roku 1997 vyrábí nákladní vozy Transit Quanshum. V roce 2001 uzavřel Ford joint venture s automobilkou Chongqing Chang'an a založili tak společný podnik Chang'an Ford Automobile Co., Ltd. [90, s. 41]

Na základě uzavřené smlouvy vyrábí dceřiná společnost Fordu japonská Mazda v Číně své vozy již od června 2001. První vůz značky Ford Fiesta sjel z výrobního pásu v závodě v Chongqing až v roce 2003. [160]

V roce 2008 se v ČLR vyráběly následující modely značek Ford, Mazda a Volvo:

- Ford Fiesta, Focus, Mondeo, S-Max a Transit,
- Mazda 2, 3, 6 a 8,
- Volvo S40. [77]



Obr. 27: zleva Modely vozů Ford Fiesta, Mazda 6, Volvo S40

Zdroj: zleva [56, 102, 152]

5.5.5 General Motors

General Motors vstoupil na čínský trh teprve v roce 1997. GM China Investment Corporation založil s čínskou automobilkou Shanghai Automotive Industry Company joint venture Shanghai General Motors. V současnosti působí General Motors v několika dalších společnostech vyrábějící vozy v ČLR a řadí se tak na druhou pozici z hlediska počtu vyrobených vozů následujíc vedoucí koncern Volkswagen. [90, s. 39-40]

V roce 2004 založila GMAC (společnost nabízející smluvním dealerům ze skupiny GM profesionální finanční služby zaměřené na podporu a rozvoj podnikatelských aktivit dealerů v oblasti prodeje vozidel) a SAIC (Shanghai Automotive Group) joint venture společnost GMAC-SAIC Automotive Finance Co. Ltd., která se tak stala první firmou nabízející finanční služby maloobchodním zákazníkům i dealerům nových vozů v Čínské lidové republice. [90, s. 39-40]

V roce 2008 se v ČLR vyráběly následující modely značek Buick, Cadillac, Chevrolet:

- Buick Excelle, Excelle HRV, LaCrosse, Park Avenue a Regal,
- Cadillac STS,
- Chevrolet Aveo, Epica a Lova. [77]



Obr. 28: zleva Modely vozů Buick LaCrosse, Cadillac STS, Chevrolet Aveo

Zdroj: zleva [20, 24, 71]

5.5.6 Honda

Japonská Honda vstoupila do Číny v roce 1998 převzetím závodu v Guangzhou, který patřil do té doby Peugeotu. V témže roce zde spustila výrobu vozu Honda Accord. V roce 2003 založila Honda s Dongfeng Motor Corporation joint venture podnik s názvem Dongfeng Honda Automobil Company, kde jsou vyráběny vozy Honda CR-V. V loňském roce byly v Číně vyráběny ještě vozy Honda City, Civic, Fit, Jazz a Odyssey. [77, 90, s. 41]



Obr. 29: zleva Modely vozů Honda Accord, Civic a Jazz

Zdroj: zleva [62, 63, 64]

5.5.7 Hyundai / Kia

Také největší jihokorejská automobilka Hyundai a její dceřiná společnost Kia se snaží v Číně etablovat. V říjnu 2002 založila Hyundai na okraji hlavního města Peking společný podnik s čínskou automobilkou Beijing Automotive Industry Holding Company, který nese název Beijing Hyundai Motor Co. Ve stejném roce zde započala výroba vozů Sonata. V roce 2008 byly v Číně vyráběny dále modely Hyundai Accent, Elantra, Matrix, Santa Fe a Tucson. [77, 160]

V roce 2002 vstoupila do ČLR i Kia. S čínskými podniky Dongfeng Motor Co. a Yueda Automobile Group založila joint venture Dongfeng Yueda Kia Automobil Company. V roce 2008 zde byly vyráběny modely Kia Cerato, Grand Carnival, Optima, Qianlima a Sportage. [77, 160]

V roce 2009 plánují obě jihokorejské automobilky posílit svou pozici na čínském trhu. Z důvodu slábnoucí poptávky na americkém a evropském trhu tak doufají, že jim expanze v Číně pomůže zmírnit dopady krize v automobilovém průmyslu. Hyundai plánuje zvýšit prodej v Číně o 350 tisíc automobilů ročně a Kia Motors o 185 tisíc aut. Pro obě společnosti to znamená navýšení o více než dvacet procent ve srovnání s rokem 2008. [2]



Obr. 30: zleva Modely vozů Kia Cerato, Optima a Sportage

Zdroj: [91]

5.5.8 PSA Peugeot Citroën

Historie účasti francouzského automobilového koncernu v Číně je poměrně rozmanitá. Již v roce 1985 založil Peugeot společně s čínskou automobilkou Guangzhou Auto Co. joint venture Guangzhou Peugeot, kde byly nejprve vyráběny užitkové vozy a později i osobní vozy např. Peugeot 505. Z důvodu nestabilních podmínek na čínském trhu vystoupil Peugeot ze společné kooperace. [160]

Ani účast druhého člena koncernu Citroënu na čínském trhu nebyla jednoduchá. V roce 1992 založil Citroën společně s čínským partnerem Dongfeng Motor joint venture Dongfeng Citroën. V témže roce začala v závodě ve Wuhan v provincii Hubei výroba modelu Citroën ZX (v Číně označován Fukang). Po sedmi letech do koncernu vstoupil i Peugeot a došlo k přejmenování společnosti na Dongfeng Peugeot Citroën Automobiles. [160]

V loňském roce byly v jediném závodě ve Wuhan vyráběny tyto modely vozů:

- Citroën C2, C4, C-Triomphe, Elysee, Fukang a Xsara Picasso,
- Peugeot 206, 307 a T31/T33. [77]



Obr. 31: zleva Modely vozů Citroën Xsara Picasso, Citroën C2, Peugeot 307

Zdroj: zleva [26, 25, 120]

5.5.9 Renault/Nissan

Aliance Renault-Nissan je na čínském trhu zastoupena díky japonské automobilce Nissan Motors, která v roce 2003 založila s čínskou automobilkou Dongfeng Motor Corporation joint venture Dongfeng Motor Company Limited. Prvním společným vozem byl Nissan Sunny, s jehož výrobou se započalo již v roce 2003. V roce 2008 byly dále v Číně vyráběny modely vozů Nissan Bluebird Sylphy, Compact Pickup, Geniss, Livina, Paladid, Qashqai, Teana, Tiida Qida, Tiida Yida a X-Trail. [77, 160]

Podle nejnovějších informací se aliance Renault-Nissan dohodla s čínským Ministerstvem průmyslu a informačních technologií na společném programu rozvoje elektromobilů, který by se měl spustit ve městě Wuhan a následně rozšířit do dalších třinácti měst. Automobilka Nissan se zavázala k poskytnutí elektromobilů a k vedení při výstavbě infrastruktury dobíjecích stanic. Zároveň bude s příslušným ministerstvem konzultovat programy pro masovou propagaci elektromobilismu. První elektromobily aliance Renault-Nissan by měly do Číny dorazit už v roce 2011. [67]



Obr. 32: zleva Modely vozů Nissan: Bluebird, Teana a Tiida

Zdroj: zleva [113, 114, 115]

5.5.10 Suzuki

V polovině 80. let 20. století probíhala v Číně licenční výroba vozů Suzuki Alto. V polovině 90. let minulého století uzavřela japonská automobilka Suzuki s čínskou společností Chongqing Chang'an Automobile Co. joint venture Chongqing Chang'an Suzuki Automobile Co. V roce 2008 zde byly společně vyráběny modely vozů Suzuki Alto, Beidouxing, Gazelle, Landy, Liana, Swift a SX4. [77, 160]



Obr. 33: zleva Modely vozů Suzuki: Alto, Swift a SX4

Zdroj: zleva [139, 140, 141]

5.5.11 Toyota

Japonský koncern Toyota působí v Čínské lidové republice již od roku 1984, kdy jeho dceřiná společnost Daihatsu uzavřela licenční smlouvu na výrobu vozů s čínskou automobilkou Tianjin Automotive Xiali Co., což je dceřiná společnost koncernu Tianjin Automotive Industry Co. V 90. letech 20. století uzavřela Toyota v Tianjin a v okolí mnoho smluv o joint venture na výrobu automobilových komponentů. Teprve v roce 2001 uzavřela Toyota s Tianjin Automotive Industry Co. svou první joint venture na výrobu osobních vozů. Vznikla tak společnost Tianjin Toyota Motor Co., kde byl vyráběn vůz Vios speciálně vyvinut

pro čínský trh. O rok později uzavřela Toyota strategickou smlouvu s čínským automobilovým koncernem First Automotive Works Group Co. Společně založili joint venture Sichuan FAW Toyota Motor. [160]

Od roku 2005 vyrábí Toyota v Číně vozy Toyota Prius s hybridním pohonem. Čínská lidová republika se tak stala druhou zemí na světě (po Japonsku), kde se vyrábějí vozy s alternativním pohonem. [144]

V roce 2008 byly v ČLR vyráběny tyto modely vozů:

- Daihatsu D-01
- Toyota Camry, Corolla, Crown Majesta, Crown Royal, Land Cruiser, Land Cruiser Prado, Prius, Reiz, Yaris a Vios. [77]



Obr. 34: zleva Modely vozů Daihatsu D-01, Toyota Prius a Toyota Land Cruiser

Zdroj: zleva [41, 143, 98]

5.5.12 Volkswagen AG

Volkswagen AG je největším, nejstarším a nejúspěšnějším mezinárodním partnerem čínského automobilového průmyslu. Své spojení s Čínou zahájil již v roce 1978 a zaujímá vedoucí pozici na čínském trhu už 20 let. Jeho první podnik se zahraniční účastí v Číně, Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd. (SVW), byl založen v roce 1984. Druhý podnik se zahraniční účastí, FAW-Volkswagen Automotive Co. Ltd., byl založen v Changchun v únoru 1991. [149]

Volkswagen Group China je čínskou pobočkou německého automobilového koncernu Volkswagen Group, který zaujímá svými prodeji přibližně 18 % (v roce 2007) čínského trhu a současně je největším zahraničním výrobcem vozidel. Čínský trh je jedním z hlavních trhů Volkswagen Group. Operace Volkswagenu v Číně zahrnují výrobu, prodej a servis celých

vozů, dílů a komponentů, motorů a převodových systémů. Vozy této společnosti, včetně těch importovaných, se v Číně prodávají pod značkami Volkswagen, Audi, Škoda, Bentley a Lamborghini. [149]

Vozy, které koncern Volkswagen v Číně vyrábí, nejsou určeny pouze k prodeji na tamním trhu, ale již několik let jsou úspěšně vyváženy do dalších zemí. V roce 2003 bylo z Číny vyvezeno 600 vozů Polo do Austrálie. Poprvé tak v čínské automobilové historii byly vyvezeny vozy „made in China“ do průmyslové země. V roce 2004 bylo exportováno 30 Audi A6 do jihovýchodní Asie, což bylo poprvé, kdy byly z Číny vyvezeny luxusní sedany. [52, 90, s. 39]

V roce 2008 byly v Číně vyráběny v těchto závodech následující modely vozů:

- Changchun - Audi A4, A6,
- Volkswagen Bora, New Bora, Golf, Jetta, Magotan, Passat, Sagitar,
- Chengdu - Volkswagen Jetta,
- Nanjing - Volkswagen Santana Vista,
- Shanghai - Škoda Fabia, Octavia,
- Volkswagen Laida, Passat Classic, Passat Lingyu, Polo, Polo Jinqi,
Santana, Santana Vista, Touran. [79]



Obr. 35: zleva Modely vozů Volkswagen Jetta, Volkswagen Passat, Audi A4

Zdroj: zleva [150, 151, 5]

Cílem Volkswagen Group v Číně je pokračovat ve svém vůdčím postavení na trhu jako nejúspěšnější výrobce vozidel tím, že bude reagovat na různé výzvy svou silnou místní výrobní sítí. Ve srovnání se svými konkurenty má koncern Volkswagen díky svému pětadvacetiletému působení v ČLR dvě velké výhody: rozsáhlé síť obchodníků a velké výrobní kapacity. [149, 160]

V současné době působí Volkswagen Group v Číně v celé řadě dalších firem. Ty nejvýznamnější jsou uvedeny v následující tabulce 21.

Tab. 21: Společnosti spadající pod Volkswagen Group China

Název	Vlastnictví	Sídlo
FAW-Volkswagen Sales Company Ltd.	FAW-VW 99%, FAW 1%	Changchun
SAIC-Volkswagen Sales Company Ltd.	SAIC 50%, VW (China) 30%, SVW 20%	Shanghai
Shanghai Volkswagen Powertrain Company Ltd.	VW (China) 60%, SAIC 40%	Shanghai
SITECH Dongchang Automotive Seating Technology Ltd.	Sitech GmbH 60%, Dongchang 20%, Etern 20%	Dongchang
Volkswagen (China) Investment Company Ltd.	VW AG 100%	Peking
Volkswagen Automatic Transmission (Dalian) Company Ltd.	VW (China) 100%	Dalian
Volkswagen Beijing Center Company Ltd.	VW (China) 70%, Automobile Repair Company Beijing 30%	Peking
Volkswagen FAW Engine (Dalian) Company Ltd.	VW (China) 60%, FAW 40%	Shanghai
Volkswagen FAW Platform Company Ltd. (Powertrain)	VW 60%, FAW 40%	Changchun
Volkswagen Finance (China) Company Ltd.	VW AG 100%	Peking
Volkswagen Import Company Ltd.	VW (China) 100%	Tianjin
Volkswagen Transmission Company Ltd.	VW (China) 60%, FAW 20%, SAIC 20%	Shanghai

Zdroj: vlastní zpracování dle [149]

a) Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd.

Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd. je první společnost, kterou zde Volkswagen v roce 1984 založil společně s čínskou automobilkou Shanghai Auto Works, dnes Shanghai Automotive Industry Co. (SAIC), na které měly obě strany padesátiprocentní podíl. V roce 1985 začala v Shanghai výroba vozu Santana. [160]

V dubnu 2005 podepsala Škoda Auto a. s. licenční smlouvu se Shanghai Volkswagen Automotive Co. Ltd., čímž SVW přešla do éry dvou značek. Od roku 2007 sjíždí z pásu továrny v Shanghai Octavia druhé generace. V roce 2007 SVW dále vyráběl vozy

VW Santana, Santana Vista, Passat, Polo, Touran, Laida. Do ledna 2008 SVW vyprodukoval celkem přes 4 miliony vozidel, čímž se stal výrobcem vozidel s největší produkcí vozů v Číně. [149]

Od roku 2008 jsou majetkové podíly rozděleny následovně: Volkswagen AG (40%), Volkswagen (Čína) Invest (10%), SAIC (50%). Tento poměr byl stanoven na 45 let, tedy do roku 2030. [149]

b) First Automotive Works – Volkswagen

First Automotive Works – Volkswagen je druhým joint venture, který zde Volkswagen AG založil. V roce 1991 uzavřel joint venture s čínskou automobilkou First Automotive Works (FAW). V závodě v Changchun začala v prosinci téhož roku výroba vozů Jetta. [160]

60 % společnosti vlastní čínský partner, zbylých 40 % vlastní koncern Volkswagen, v jehož rámci má 20 % Volkswagen AG, 10 % Audi AG a 10 % Volkswagen Automobile (China) Investment Co., Ltd. Základní kapitál společnosti činí 3,71 mld. yuanů, zaujímá plochu 1,16 mil. m² při celkové investici 11,13 mld. yuanů. [52]

Společnost Audi AG se stala členem partnerství v roce 1995. Produkce vozu Audi 200 byla zahájena v červenci roku 1996. Po 10 letech nepřetržité výstavby a vývoje dosáhla roční výroba 330 000 vozidel, 300 000 motorů a 180 000 převodovek. Kromě vozů Jetta se produkce rozšířila na modely vozů Bora IV, Caddy MPV, Golf IV, Magotan (v Evropě Passat), Audi A4L a A6L. Luxusní prodloužení rozvozu Audi A6L se vyrábělo výhradně ve FAW-Volkswagen. [52]

Dne 1. července 2003 bylo rozhodnuto o výstavbě druhého závodu a o zvýšení celkové investice z 11,13 miliardy na 23,435 miliardy yuanů (2,8 mld. USD) a zároveň o zvýšení základního kapitálu z 3,71 miliardy yuanů na 7,812 miliardy yuanů (945 milionů USD). S dokončením druhého závodu došlo ke zdvojnásobení výrobní kapacity na 660 000 jednotek ročně. [52]

Druhý závod se skládá ze 4 výrobních oblastí, včetně ražení, svařování a sub-montáže, lakování a sub-montáže a finální montáže. Druhý výrobní závod se v současné době zaměřuje na modely vozů Caddy MPV, Golf IV, Magotan a Sagitar. [52]

5.5.13 Škoda Auto a. s.

Vozy Škoda Auto mají v Číně poměrně dlouhou tradici. Již ve 40. letech 20. století používal tehdejší velitel Osvobozené armády Zhu De jako služební vůz vozidlo Škoda 52-0. [134]

V roce 1992 byl zahájen vývoz vozů do ČLR. Automobily musely být ovšem nejprve prodány některému z tamních státních podniků, které s vozy nadále obchodovaly. Celá transakce byla poměrně nepřehledná a přimět danou organizaci, aby se starala nejen o koupi a prodej vozu, ale také zajistila servis a náhradní díly, bylo takřka neřešitelným úkolem. Z tohoto důvodu byla v téže roce v Pekingu založena reprezentační kancelář Škoda Auto, která víceméně suplovala úlohu klasického importéra jak po stránce dovozu a prodeje, tak i po stránce vyřizování homologací, certifikací a dalších nutných předpokladů působení na tamním trhu. [57, 90 s. 16-18]

Do budoucna bylo ovšem nutné zajistit pro tyto činnosti tamního obchodníka. Po neúspěšném jednání se státními podniky uzavřela Škoda Auto v roce 2001 smlouvu o zajišťování prodejního a poprodejního servisu, čili jakousi předimportérskou dohodu, se soukromým obchodníkem ze Shenzhen, který již do té doby nakupoval takřka dvě třetiny dovážených zahraničních aut. Vyřizování homologací a certifikací nadále zajišťovala reprezentační kancelář, neboť o udělení certifikace mohl žádat pouze výrobce. Prodej vozů rok od roku stoupal a tak z jednoho servisu v roce 2001 bylo v roce 2002 již servisů 5. [57, 90 s. 16-18]

Po vstupu ČLR do Světové obchodní organizace v roce 2001 došlo k postupnému odstranění importních kvót a ke snižování cel. V červenci 2006 se dostaly na prozatímní hodnotu 25 % u osobních automobilů a 10 % pro příslušenství. Na druhou stranu, aby čínská vláda zamezila následnému prudkému nárůstu dovozu hotových automobilů, přistoupila k politice netarifních překážek. Jejich počet postupně narůstal, čímž se proces všech schvalování a certifikací

značně zkomplikoval. Čínské úřady navíc neuznávají certifikační listy vydávané autorizovanými evropskými zkušebnami. [57, 90 s. 16-18]

Vzhledem k tvrdým podmínkám, které byly a stále jsou v Číně stanoveny pro dovoz vozů, bylo rozhodnuto, že z dlouhodobého pohledu se nejeví jako reálné vozy dovážet, ale bude výhodnější rozjet v Číně licenční výrobu. [57]

11. dubna 2005 podepsala Škoda Auto s Shanghai Volkswagen licenční smlouvu na výrobu vozů Škoda v Číně. 8. prosince 2005, za přítomnosti čínského premiéra Wen Tia-paa, podepsali v Praze zástupci firem Škoda Auto, Volkswagen, Shanghai Volkswagen a SAIC Motor deklaraci o dalším prohlubování vzájemné spolupráce. [134]

Při této příležitosti pronesl tehdejší předseda představenstva Škody Auto Detlef Wittig: „Čína je pro nás strategickým trhem a podepsaná deklarace je dalším krokem k úspěšné expanzi značky Škoda na čínském trhu. Tímto společným prohlášením jsme také položili základ hlubší spolupráce na budoucích projektech.“ [158]

Na základě podepsaného prohlášení se SAIC Motor, Shanghai Volkswagen a Volkswagen AG zavázali poskytnout Škodě Auto veškeré nezbytné zdroje, včetně technologií a zaměstnanců, tak aby podpořili celkovou strategickou spolupráci mezi Shanghai Volkswagen a Škoda Auto. Shanghai Volkswagen se zavázal poskytnout zprostředkovat Škoda Auto všechna relevantní data a informace pro úspěšný vstup Škoda Auto na čínský trh. Obě strany se dohodly na smysluplném využití výrobních technologií a aplikaci nejnovějších poznatků ve společné snaze vyrábět vozy od nižší střední třídy po vyšší střední třídu, které budou splňovat požadavky čínského trhu. [134]

5.5.13.1 Výroba vozu Škoda Octavia v Číně

Škoda Octavia je nejlépe prodávaným a hodnoceným vozem, který kdy Škoda Auto vyráběla. Také proto se prvním vozem, který se měl vyrábět na území Čínské lidové republiky, stala právě Škoda Octavia. [23]

Číňané ji nazývají Ming Rui, což znamená něco pokrokového, dravého, technicky vyspělého a reprezentativního. Takto ji také čínští zákazníci vnímají a počet zvyšujících se zakázek tento fakt jen potvrzuje. V loňském roce se jich zde prodalo 59 211 kusů, což představuje nárůst oproti předchozímu roku více než o 118 %. Vzhledem k celosvětové finanční krizi, která značně zasáhla i automobilový průmysl, se v letošním roce počítá zhruba se stejnou produkcí jako loni. [23, 78]

Výroba Octavie druhé generace byla spuštěna v březnu 2007 v závodě v Shanghai, kde se mimo jiné vyrábí i koncernové vozy Volkswagen Passat či Touran. V prvním roce zde bylo vyrobeno 38 663 ks. V roce 2008 výroba vzrostla na 54 890 ks. [23, 78]

Spolu se spuštěním výroby vozů v ČLR došlo i k vybudování nové dealerské sítě. Z původních 43 dealerství jich zůstalo pouze 5, které splňovaly přísnější kritéria. Jejich množství každým rokem narůstá. Na konci roku 2008 se jejich počet vyšplhal nad 120. [78]

Koncem března 2007 byl v čínském městě Shijiazhuang, což je hlavní město provincie Hebei ležící cca 300 km jihozápadně od Pekingu, otevřen první nový showroom značky Škoda zabírající plochu celkem 12 000 m², který v sobě ukrývá i zázemí pro servis, dětský koutek a historickou expozici. [105]



Obr. 36: První nový čínský showroom značky Škoda ve městě Shijiazhuang

Zdroj: [105]

6. června 2007 proběhla v Shanghai oficiální slavnost zahájení prodeje Škody Octavia v Číně. Slavnostního ceremoniálu se zúčastnilo kolem 700 osob, mezi nimi bylo mimo jiné i několik zástupců České republiky v Čínské lidové republice jako např. náměstek ministra průmyslu

a obchodu ČR pan Vaněk, velvyslanec ČR v ČLR pan Grepl či generální konzul ČR v Shanghai pan Hupcej a spousta dalších významných hostů a zástupců masmedií. [60]

Cena nového vozu se dle typu motoru a výbav pohybuje v rozmezí 19 až 25 tisíc USD, což dle aktuálního směnného kurzu zhruba odpovídá ceně v České republice. Dle přepočtu PPP je ovšem nákup nového vozu pro čínského zákazníka ve srovnání s českým mnohem náročnější. [60]

Vozy Škoda Octavia, které se v Číně vyrábějí, jsou přizpůsobeny čínskému trhu. Jedná se o určitá specifika designu, např. v podobě dodatečných chromových lišt na předním a zadním nárazníku a bocích vozu. Interiér vozu je trochu světlejší. Také anténa je zcela jiná, než na Octaviích, které se vyrábějí v Evropě, neboť je přímo integrovaná v zadním skle. Jiné nastavení má také podvozek a k určitým úpravám došlo i v motorech, tak aby byly schopny spalovat místní palivo. Čínský zákazník v tomto směru upřednostňuje jednoznačně benzínové motory, neboť dieslové jsou pro něj symbolem nákladního vozu. Na následujícím obrázku je vyobrazen upravený model vozu Škoda Octavia, který se vyrábí v čínském Shanghai. [23, 78]



Obr. 37: Model vozu Škoda Octavia pro čínský trh

Zdroj: [61]

Škoda Octavia je v Číně vysoce technicky hodnocena. V cash testu, který zde byl realizován v prosinci 2007, obdržela 5 hvězdiček, což je maximální počet. Tento test je obdobou pro Euro NCAP, v němž Škoda Octavia v letech 2001 a 2004 získala 4 hvězdičky z 5 možných. Rozdílný počet získaných hvězdiček lze odůvodnit rozdílnými hodnotícími kritérii. Především v oblasti bezpečnosti jsou kritéria čínských zkušeben mnohem méně náročná než u celosvětově uznávaných testů Euro NCAP. [23, 133]

Produkce a úspěšný prodej aut v Číně znamená z pohledu konkurenceschopnosti a cenové politiky vyrábět je kompletně. Více než 90 % dílů pochází přímo z Číny. Počet dovážených komponentů z Evropy nadále klesá. Několik dílů se také dováží z Číny do České republiky, ale jedná se o zanedbatelné množství. [23]

Automobilka Škoda Auto se v rámci skupiny Volkswagen stala oficiálním automobilovým partnerem XXIX. Olympijských her konajících se v srpnu 2008 v čínském hlavním městě Peking. V rámci této akce společnost Škoda Auto poskytla celkem 650 vozů Škoda Octavia k dispozici nejprve organizačnímu výboru olympijských her na zajištění transferu pro sportovce a jejich doprovod a po skončení olympijských her vozy sloužily účastníkům paralympijských her, jejichž je Škoda Auto také oficiálním automobilovým partnerem. [116]



Obr. 38: Model vozu Škoda Octavia pro Olympijské hry v Pekingu

Zdroj:[116]

5.5.13.2 Výroba vozu Škoda Fabia v Číně

Po úspěšném rozjetí výroby Škoda Octavia v Číně zde začala Škoda Auto s produkcí svého druhého modelu Škoda Fabia. První vůz opustil brány závodu v Shanghai v říjnu roku 2008. Celkem se jich zde loni vyrobilo 901 ks. Letos se zde počítá s výrobou kolem 30 tisíc vozů. [78, 117]

Slavnostní uvedení vozu na trh se konalo 21. prosince 2008 v čínském městě Guangzhou za účasti člena představenstva Škoda Auto p. Kapplera, vedení společnosti Volkswagen Shanghai a zástupců zastupitelského úřadu České republiky. Dále se slavnosti zúčastnili všichni čínští dealeři, zástupci médií a politické špičky města Guangzhou. [117]

Číňané nazývají Fabii Jing Rui, což znamená křišťálově čistý, průzračný, zářivý a ostrý. Fabie je svým designem a výbavou zaměřena převážně na mladou generaci mezi dvaceti pěti a třiceti šesti lety, o čemž svědčí jednak motto „Take me to the starts“ a také řada doplňků jako je USB port pro IPOD či možnost stažení hudebních DVD do paměti přehrávače. [117]

Škoda Fabia se na čínském trhu prezentuje dvěma objemovými řadami 1,4 l a 1,6 l v osmi barevných provedeních a pěti úrovních výbav. Cena byla stanovena od 81 CNY (cca 236 tisíc CZK) do 117 900 CNY (cca 340 tisíc CZK), což zhruba odpovídá cenám na českém trhu. [117]



Obr. 39: Model vozu Škoda Fabia pro čínský trh

Zdroj: [78]

5.5.13.3 Výroba vozu Škoda Superb v Číně [78]

V květnu tohoto roku byla v čínském Shanghai zahájena výroba druhé generace nejluxusnějšího modelu mladoboleslavské automobilky Škoda Superb. Představení modelu proběhlo již 20. dubna na autosalonu v Shanghai. Uvedení vozu na trh by se mělo konat na podzim tohoto roku. Oficiální čínský název pro Superb je Hao Rui.

I čínský model Superbu se bude trochu odlišovat od jeho evropské podoby. Počítá se s tím, že stejně jako u ostatních modelů značky Škoda přibudou chromové lišty a k určitým designovým úpravám dojde i u mřížky chladiče, nárazníků či antény.

Snad nejzásadnější odlišností bude nabízená motorizace Škody Superb. Nejluxusnější model automobilky Škoda Auto bude nabízen s motory 1,8 TSI s manuální nebo automatickou šestistupňovou převodovkou, a nebo 2,0 TSI s šestirychlostní automatickou převodovkou.

Druhý typ motoru se v Evropě do Superbu montovat nebude. Naopak s výrobou nejvýkonnější motorizace Superbu 3,6 l se v Číně nepočítá a ani o dovozu vozů s tímto motorem se prozatím neuvažuje.

5.5.13.4 Vývoj prodaných a vyrobených vozů Škoda na čínském trhu [78]

Jak již bylo uvedeno výše, vozy Škoda Auto se začaly do Čínské lidové republiky vyvážet v roce 1992. Prvním takto exportovaným modelem byla Škoda Favorit. Vzhledem ke komplikacím, které byly tehdy s vývozem vozů z tehdejšího Československa i s dovozem vozů do Čínské lidové republiky spojeny, se jednalo jen o několik kusů vozů ročně, což bylo oboustranně zanedbatelné množství. K prolomení magické hranice 1000 došlo poprvé v roce 1999, jak je patrné z následující tabulky.

Tab. 22: Prodej vozů Škoda Auto v ČLR

Rok	Počet prodaných vozů v ks
1998	4
1999	1000
2000	1300
2001	1298
2002	1404
2003	500
2004	2307
2005	1196
2006	660
2007	27325
2008	59284

Zdroj: vlastní zpracování dle [78]

Údaje z let 1998-2006 obsahují pouze počet exportovaných FBU vozů do Čínské lidové republiky, které zde byly v daných letech prodány. Hodnoty v dalších letech jsou již součtem jednak vozů do Číny dovezených, jejichž počet od roku 2007 klesá a jednak zde přímo vyrobených.

Z celkového počtu 27 325 vozů Škoda Auto, které byly v roce 2007 prodány na čínském trhu, se jednalo o 27 112 Octavií zde vyrobených a 213 dovezených FBU vozů. Loni sem bylo dovezeno jen 68 vozů, zbytek prodaných automobilů pocházel z lokální výroby (5 Fabií a 59 211 Octavií).

6. SPECIFIKA ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO TRHU

Čínský automobilový trh se vyvíjel a vyvíjí jinak, než kterýkoliv jiný trh na světě, proto nelze jednoduše okopírovat úspěšnou strategii z jiné země a doufat, že se úspěch zopakuje. Chce-li podnik uspět na jakémkoliv trhu a obzvláště na tom čínském, musí se s ním nejprve seznámit, tzn. pochopit místní kulturu a ekonomiku země.

Následující podkapitoly se věnují spokojenosti čínských zákazníků s nákupem, servisem i kvalitou nových vozů. Následně jsou zde ve SWOT analýze zdůrazněny silné i slabé stránky, příležitosti i hrozby čínské ekonomiky, potažmo tamního automobilového průmyslu. Zmínka nechybí ani o celosvětové finanční krizi a jejím vlivu na automobilový průmysl. Závěrečné podkapitoly jsou věnovány budoucnosti automobilového průmyslu v Číně a perspektivám působení Škoda Auto na čínském trhu.

6.1 SPOKOJENOST ČÍNSKÝCH ZÁKAZNÍKŮ

Číňané jsou nejpočetnějším národem světa a současně tak tvoří obrovský potenciál kupujících vozů. Tuto skutečnost si velmi dobře uvědomují všechny světové OEM, a proto zde svoje vozy nabízejí. Z ekonomických důvodů většina společností své vozy přímo v Číně lokálně vyrábí, ostatní je sem alespoň dovážejí. Vozy nabízené světovými automobilkami na čínském trhu se v jistých detailech odlišují od těch, které jsou nabízeny zákazníkům na evropských či amerických trzích. U některých modelů se jedná například o chromové lišty či zabudování antény do skla na zadních dveřích.

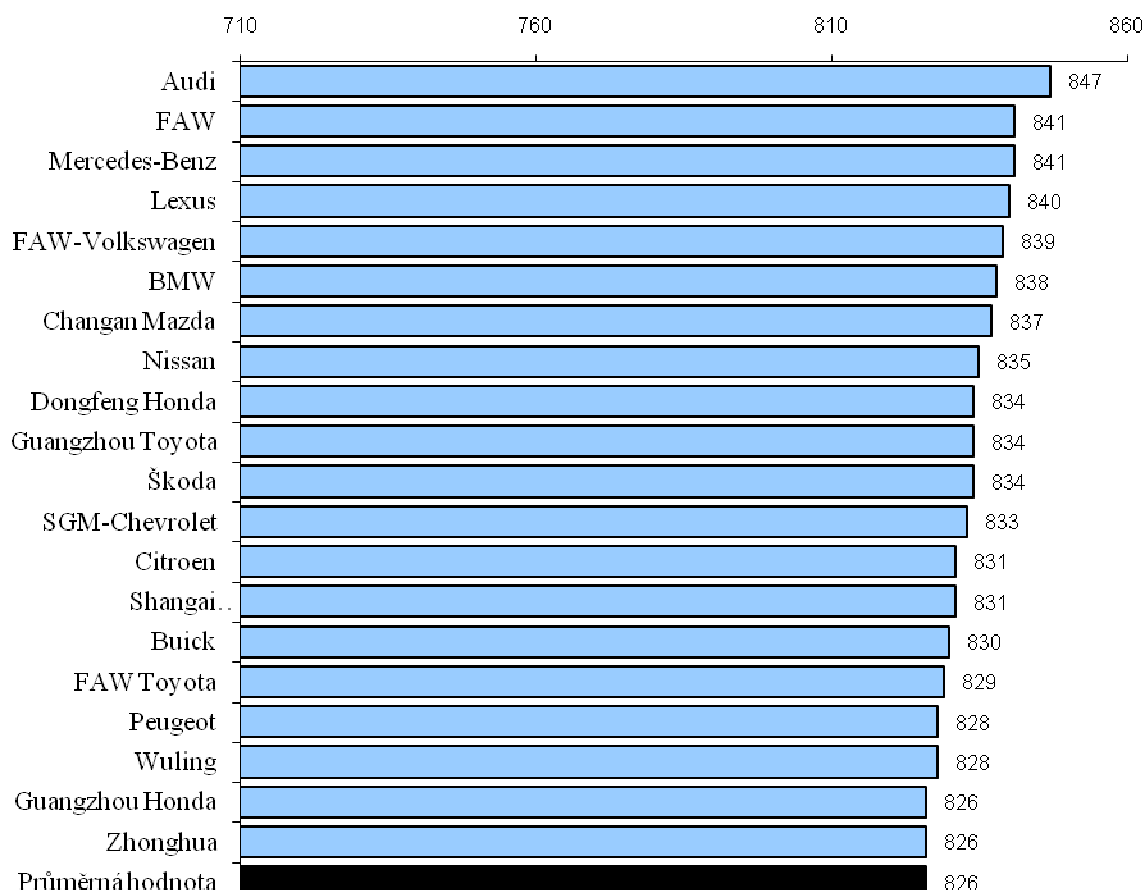
I když si většina čínských zákazníků kupuje vůz poprvé, jejich vědomosti i očekávání rapidně vzrůstají. Při rozhodování o koupi nového vozu hraje také velkou roli doporučení od příbuzných a známých.

6.1.1 Spokojenost zákazníků s prodejem nových vozů [83]

Společnost J. D. Power Asia Pacific zkoumá každoročně spokojenost zákazníků s prodejem nových vozů. Z průzkumu, který byl realizován od února do května roku 2008 mezi 8954 majiteli nových vozů 45 různých značek, kteří svá vozidla vlastnili dva až šest měsíců, jednoznačně vyplynulo, že stoupá spokojenost zákazníků nejen zahraničních značek, ale i domácích.

Pro co nejpřesnější ohodnocení celkové spokojenosti s prodejem nových vozů na čínském trhu bylo zkoumáno sedm zásadních faktorů. Dle pořadí důležitosti se jednalo o proces doručení, dobu doručení, celkové vybavení dealera, prodejce, administrativu, průběh jednání a způsob oslovení zákazníka. Spokojenost zákazníků byla přepočtena na tisícibodovou stupnici, kde vyšší skóre znamená větší spokojenost zákazníků s nákupem nového vozu.

Nejvyšší pozici s 847 body obsadila automobilka Audi, jejíž zákazníci byly nadmíru spokojeni především v těchto třech faktorech: proces doručení, doba dodání a administrativa. Druhou pozici s 840 body obsadil Mercedes-Benz společně s čínskou automobilkou FAW. Následující obrázek 40 zachycuje pořadí 20 automobilek, které dosáhly alespoň 826 bodů, což je průměrná hodnota v odvětví.



Obr. 40: Spokojenost zákazníků s prodejem nových vozů

Zdroj: [83]

V roce 2008 se tři domácí značky FAW, Wuling a Zhonghua dostaly v bodovém hodnocení nad průměr v odvětví ve srovnání s rokem 2007, kdy to byla pouze jedna, z čehož vyplývá, že čínští výrobci zjišťují, jak důležitá je zvyšující se spokojenost zákazníků a kladou stále vyšší důraz na poskytování služeb spojených s prodejem nových vozů, které tak vedou ke zlepšení zkušeností jejich zákazníků.

Z provedené studie vyplývají tato zjištění:

- přibližně 10 % zákazníků říká, že jsou „nadšení“ (na desetibodové stupnici ohodnoceno maximem bodů) s celkovými prodejními zkušenostmi u dealerů v roce 2008, v roce 2007 pouze 5 %,
- procento kupujících nové vozy, kteří se rozhodli ke koupi na základě doporučení přátel nebo známých, vzrostlo ze 40 % v roce 2007 na 69 % v roce 2008,

- přibližně 52 % „nadšených“ zákazníků říká, že by určitě doporučili nákup vozu stejné značky, ale jen 27 zákazníků, kteří jsou „potěšeni“ (na desetibodové stupnici ohodnoceno 8 nebo 9 body) by doporučili svým příbuzným či známým nákup vozu stejné značky,
- přibližně 63 % zákazníků využilo při rozhodování o koupi vozu internet, v roce 2004 pouze 38 %.

Z realizované studie dále vyplývá, že tvorba silné distribuční sítě může být klíčovým odlišujícím faktorem jednotlivých automobilových značek především s ohledem na sílící konkurenci na čínském trhu, který zahrnuje více automobilových značek než jakýkoliv jiný trh na světě. Navíc v Číně má obzvláště vysoký vliv při rozhodování o koupi vozu doporučení od přátel či příbuzných, neboť více než 80 % zákazníků jsou osoby, které si kupují vozy poprvé.

Na základě zkušeností v Číně i na dalších trzích vede vysoký stupeň spokojenosti s prodejem ke zvyšování loajality zákazníků a ke vzniku pozitivního vnímání jak značky vozu, tak i dealera.

6.1.2 Spokojenost zákazníků se servisem nových vozů [86]

Společnost J. D. Power Asia Pacific zkoumá každoročně spokojenost zákazníků s poprodejními službami dealerů. Z výzkumu, který byl realizován od února do května roku 2008 mezi 9267 vlastníky nových vozů 39 značek, kteří svá vozidla zakoupili mezi srpnem 2006 a květnem 2007, vyplynulo, že rapidně vzrůstá spokojenost zákazníků s nabízenými službami dealerů. Na tisícibodové stupnici dosáhla průměrná spokojenost zákazníků v roce 2008 815 bodů, což představuje zvýšení o 12 bodů oproti předchozímu roku a o 32 bodů oproti roku 2001, kdy byla studie provedena poprvé.

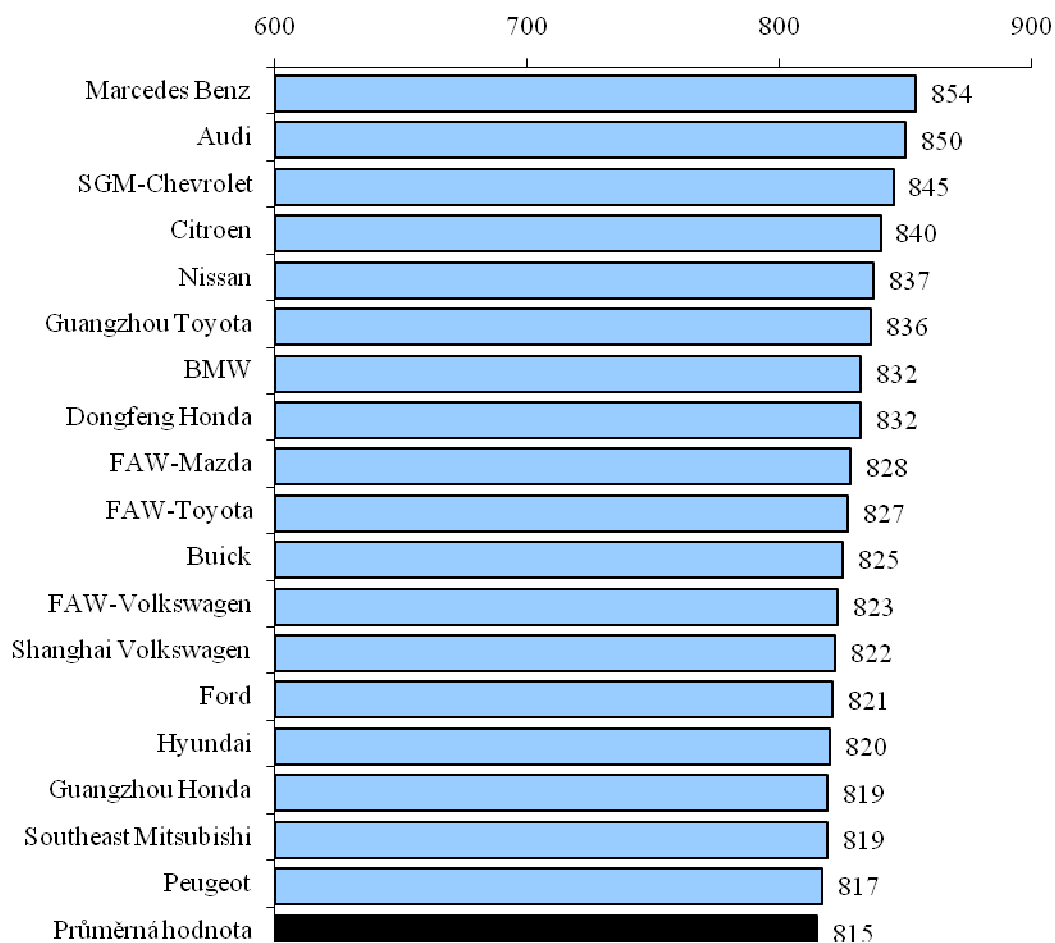
Studie se zabývá zkoumáním zkušeností zákazníků s údržbou a opravami prováděnými autorizovanými dealerstvími na vozech, které zákazníci vlastní 12 až 18 měsíců. Studie zahrnuje informace doslova o všech výrobcích prodávajících nové osobní vozy v Číně. Celková spokojenost zákazníků byla měřena dle výkonu dealerů v celé řadě atributů, které

jsou seskupeny do sedmi faktorů (pořadí dle důležitosti): zažité problémy, dostupnost servisu, doba opravy, kvalita servisu, interiér servisu, servisní poradce a zahájení servisu.

V roce 2008 byl do žebříčku poprvé zahrnut Mercedes-Benz a hned obsadil první pozici s 854 dosaženými body, čímž vytvořil nový standard pro odvětví. Navíc téměř 40 % zákazníků Mercedes-Benz říká, že jim bylo poskytnuto 21 z 24 hodnocených služeb ve studii, což je dvojnásobek oproti průměru (20 %). Čtyřicet čtyři procent zákazníků dále uvedlo, že by rozhodně doporučili jejich servis, což opět rapidně převyšuje naměřenou průměrnou hodnotu, kde pouze 23 % všech zákazníků by dále doporučilo jejich servis.

Druhou příčku obsadila společnost Audi se skóre 850 bodů, což představuje zvýšení oproti předchozímu roku do 22 bodů. Audi se dlouhodobě drží mezi prvními třemi nejlépe hodnocenými servisy. Obzvláště dobře si vede v kategorii kvalita servisu. Poměrná část zákazníků Audi uvedla, že se snížil počet problémů s kvalitou z 30 % v roce 2007 na 24 % v roce 2008, což vedlo k menšímu podílu oprav.

Shanghai General Motors – Chevrolet obsadil třetí pozici s 845 body. Zároveň dosáhl nejlepší ohodnocení mezi neprémiovými značkami. SGM-Chevrolet dosáhl nejvyššího zlepšení mezi všemi značkami oproti roku 2007, což dokazuje i názor zákazníků, z nichž 19 % silně souhlasí s tím, že se zřetelně zlepšila dealerská síť. Průměrná hodnota mezi všemi zákazníky byla pouze 12 %.



Obr. 41: Spokojenost zákazníků se servisem

Zdroj: vlastní zpracování dle [86]

Z provedené studie vyplývá, že díky trvalému snižování počtu závad na nových vozech na 41 % v roce 2008 z 60 % v roce 2004 dochází ke zvyšování celkové spokojenosti zákazníků a ke zvyšování jejich loajality. Počet zákazníků, kteří uvedli, že by definitivně doporučili jejich servis, se zvýšil z 19 % v roce 2007 na 23 % v roce 2008. Stejně tak vzrostl i počet zákazníků, kteří by znovu navštívili stejný servis z 27 % v roce 2007 na 31 % v roce 2008. Pouze 4 % zákazníků uvedlo, že nebyli spokojeni se službami v jejich servisu.

6.1.3 Spokojenost zákazníků s kvalitou vozů [85]

Společnost J. D. Power Asia Pacific zkoumá od roku 1999 každoročně spokojenost zákazníků s kvalitou nových vozů. Naposledy se tohoto průzkumu zúčastnilo 10719 vlastníků 102 modelů nových vozů 43 různých značek, kteří si svá auta zakoupili mezi říjnem 2007 a červnem 2008. Dotazování probíhalo od dubna do srpna 2008.

Provedená studie hodnotí zkušenosti vlastníků s kvalitou jejich vozů v období prvních 2 až 6 měsíců. Problémy s vozy jsou zkoumány ve dvou oddělených kategoriích: kvalita designu a kvalita výroby (závady a nefunkčnost) napříč osmi faktory: exteriér vozu, požitek z jízdy, funkce, ovládání a display, audio, zábava a navigace, sedadla, topení, ventilace a klimatizace, interiér vozu a pohon a převodovka. Celková kvalita je určena množstvím problémů přepočtených na 100 vozů (PP100), kde nižší skóre představuje nižší výskyt problémů a vyšší kvalitu.

Výsledkem provedené studie je zjištění, že v roce 2008 došlo ke zvýšení průměrného počtu problémů na sto vozů na 207 oproti předchozímu roku, kdy byla průměrná hodnota jen 202 PP100. Navíc 12 % vlastníků nových vozů uvedlo, že zažili více problémů, než očekávali, což je o 2,6 procentního bodu více než v roce 2007.

Studie také přichází se zjištěním, že úroveň kvality vozu je těsně spojena se změnou jeho ceny v roce 2008. Konkrétně v segmentech, v nichž došlo v roce 2008 k více než osmi procentnímu nárůstu ceny, došlo také ke zvýšení kvality a naopak v segmentech, v nichž došlo k více než osmi procentnímu snížení cen, poklesla též kvalita vozů.

Snaha o zvýšení kvality vozů je do jisté míry bržděna současným tlakem na snižování nákladů. Jestliže jsou výrobci nuceni snižovat ceny, aby si udrželi konkurenceschopnost, tak je to vede i k použití levnějších a méně spolehlivých komponentů.

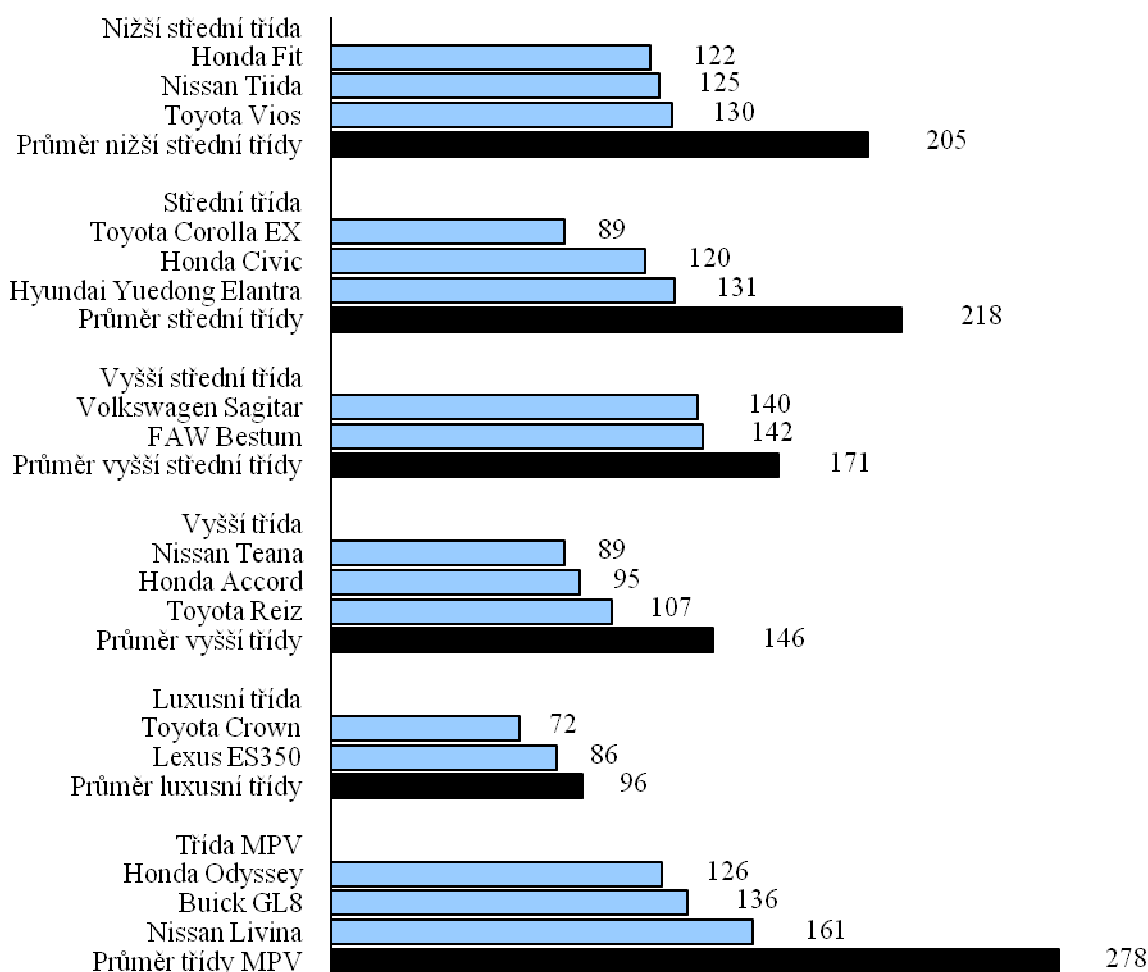
Vnímání kvality vozů čínskými zákazníky je také ovlivněno zvyšující se úrovní jejich znalostí. Dle slov Dr. Mei Sonlinga, generálního ředitele výzkumu J. D. Power Asia Pacific China operations, se čínští zákazníci stávají stále náročnějšími a mají vyšší očekávání spojená s vlastnictvím nového vozu než kdykoliv předtím. Tomu odpovídá i zjištění, že vlastníci

nových vozů si všimli a oznámili mnohem více problémů včetně drobných závad než kdykoliv předtím. Nejčastější závady byly spojeny s motorem a převodovkou, následovány jízdními zkušenostmi a exteriérem vozu. Nejčastěji zmiňovaným problémem zůstává nadměrná spotřeba paliva.

Při rozhodování se o koupi určitého modelu vozu hraje nejdůležitější roli právě spotřeba paliva, pokud je vysoká, je to důvod pro zamítnutí, pokud je naopak nízká, je to hlavní důvod pro nákup daného modelu.

Konečně také studie přichází se zjištěním, že počet problémů s kvalitou má přímý dopad na loajalitu zákazníka. 31 % zákazníků, kteří neměli na svém novém voze žádný problém nebo uvedli pouze jednu závadu, by rozhodně doporučilo jejich model. Pouze 1 % těchto zákazníků by svůj model nedoporučilo. Naproti tomu ze zákazníků, kteří na svém voze našli dvě a více závad, by svůj model dále doporučilo pouze 24 % a nedoporučilo 5 %.

Dle slov Michaela Dunne, úřadujícího ředitele J. D. Power Asia Pacific China operations, studie spokojenosti zákazníků s kvalitou nových vozů odhaluje tři důležité pohledy na čínský trh. Zaprvé spotřeba vozů je pro zákazníky důležitější, než kdykoliv předtím. Zadruhé modely vozů Honda, Nissan a Toyota si vedou trvale dobře v hodnocení čínských zákazníků, o čemž také vypovídá jejich přední umístění téměř ve všech zkoumaných třídách vozů. Zatřetí kupující nových vozů, i když se jedná o osoby, které si kupují své první vozidlo, jsou mnohem lépe informováni než kdykoliv předtím a jejich očekávání ohledně kvality vozů rapidně stoupá.



Obr. 42: Nejlépe hodnocené modely vozů z hlediska kvality v jednotlivých segmentech

Zdroj: vlastní zpracování dle [85]

6.1.4 Celková spokojenost zákazníků [84]

Již šestým rokem provádí společnost J. D. Power Asia Pacific hodnocení celkové spokojenosti zákazníků s jejich novými vozy během prvních dvou až šesti měsíců vlastnictví. Od dubna do srpna 2008 bylo dotazováno 10719 vlastníků vozů, kteří si svůj automobil zakoupili mezi říjnem 2007 a červnem 2008.

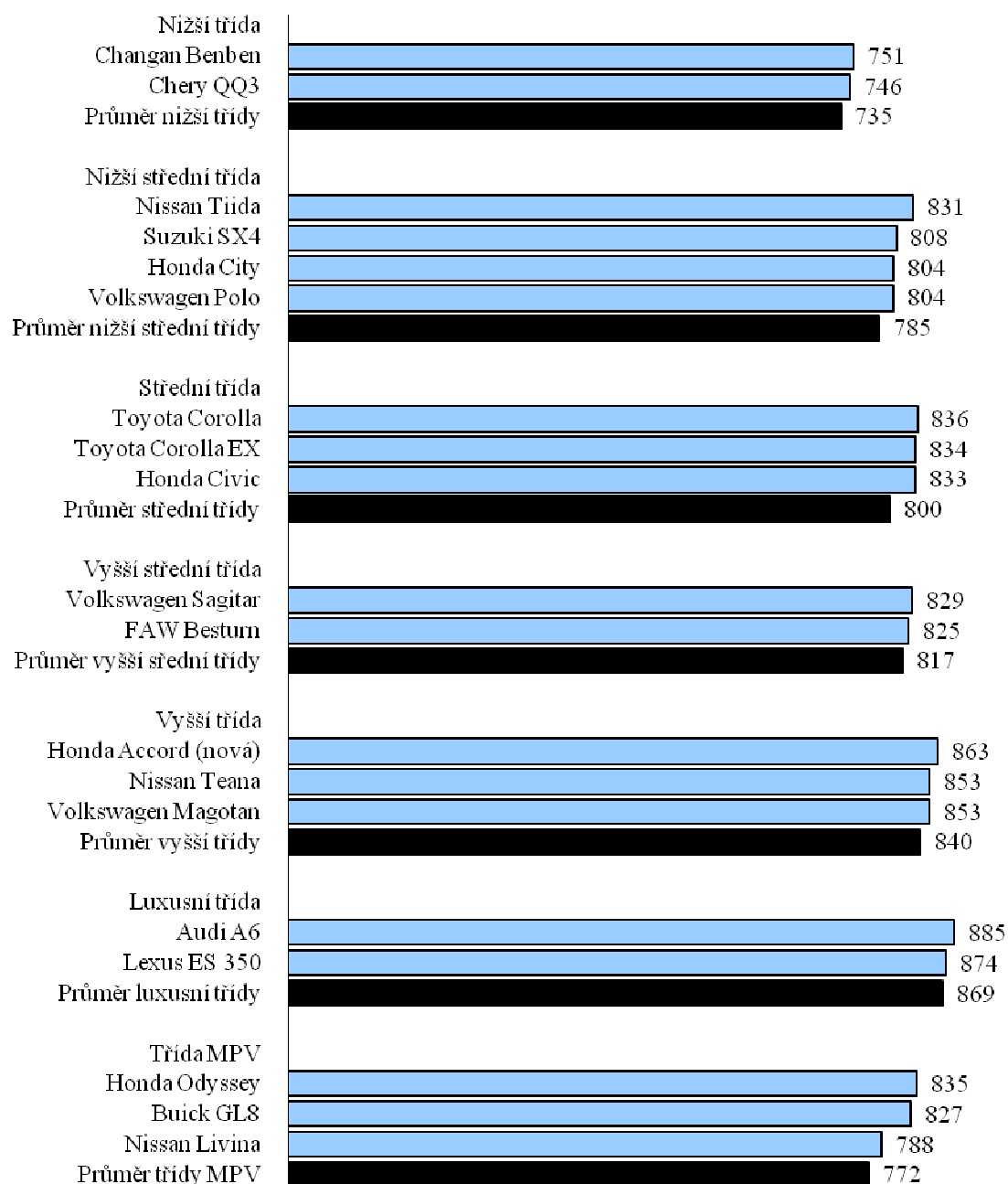
Studie se skládá ze sta atributů pokrývajících deset kategorií vozů: exteriér vozu, interiér vozu, úložný prostor, audio/zábavu/navigaci, sedadla, topení, ventilaci a klimatizaci, jízdní dynamiku, pohon/převodovku, viditelnost a bezpečnost jízdy a spotřebu.

V roce 2008 se průměrné hodnocení dostalo na tisícibodové stupnici na hodnotu 800 bodů, což představuje zvýšení oproti roku 2007 o 3 body.

Ze studie také vyplynulo, že vlastníci vozů s plynule variabilní převodovkou CVT, která pomáhá snižovat spotřebu vozu, jsou obzvláště spokojeni se svými vozy. Také úložný prostor se stává pro zákazníky stále důležitější. Zatímco v roce 2005 byl uváděn až na desátém místě v pořadí, v roce 2008 byl šestým nejčastěji uvedeným důvodem. Také procento zákazníků, pro které je prostornost interiéru klíčovým faktorem pro koupi, se zvýšilo ze 4 % v roce 2005 na 9 % v roce 2008.

Během posledních sedmi let i přes trvale rostoucí ceny ropy dochází ke snižování podílu nejmenších kategorií vozů na úkor větších rodinných vozů.

S růstem celkové spokojenosti s novým vozem, roste i procento „nadšených“ zákazníků, kteří by stejný model rozhodně doporučili svým příbuzným a známým. K dlouhodobě nejlépe hodnoceným vozům západních značek Honda, Nissan a Toyota se postupně, především mezi malými vozy, dostávají i domácí výrobci jako je Changan či Chery. Následující obr. 43 zachycuje nejlépe hodnocené modely vozů v jednotlivých tržních segmentech v roce 2008.



Obr. 43: Nejlépe hodnocené modely vozů v jednotlivých segmentech

Zdroj: vlastní zpracování dle [84]

6.2 SWOT ANALÝZA ČLR A JEJÍHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU

Při formulaci strategie přístupu k čínskému trhu a pro predikci dalšího vývoje země je zapotřebí zvážit příležitosti i hrozby, silné a slabé stránky Čínské lidové republiky, které jsou součástí SWOT analýzy, jež je zobrazena v tabulce 23. Tato analýza vychází z výše uvedených informací, popř. je doplněna dalším zdroji.

Tab. 23: SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none">• vysoký ekonomický růst i v období globální finanční krize• politická stabilita• určitá transformace plánované ekonomiky k prvkům tržního systému• zapojení do světových organizací, zejména WTO• dostatek relativně levné pracovní síly• vysoké vládní výdaje do infrastruktury	<ul style="list-style-type: none">• přetrvávající silná ochrana vnitřního trhu• omezené formy vstupu pro zahraniční investory• komplikované zakládání obchodních společností• neuznávání zahraničních certifikací• znatelně vyšší úročení půjček na nákup vozu než např. na nákup nemovitosti• vysoký stupeň korupce• porušování autorských práv• nedodržování lidských práv
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none">• rostoucí ekonomická a životní úroveň• zvyšující se příjmy obyvatelstva• vysoký příliv zahraničních investic• transformace státních podniků a jejich modernizace• rekonstrukce zaostalé infrastruktury• silný rozvoj automobilového průmyslu• organizování mezinárodních akcí	<ul style="list-style-type: none">• vytvoření velmi náročného konkurenčního prostředí• dynamický nárůst konkurenceschopnosti domácích výrobců• bankroty neefektivních státních podniků• rostoucí nezaměstnanost• prohlubující se rozdíly mezi tempy rozvoje měst a venkova• demografické problémy• nebezpečí eskalace napětí v oblasti

Zdroj: vlastní zpracování

6.2.1 Silné stránky

K silným stránkám jedné z největších ekonomik světa patří především její nebývalý ekonomický růst a pokrok, kterého v posledních několika desetiletích dosáhla a který se jí daří udržet i v období celosvětové finanční krize. Po prvním čtvrtletí roku 2009, kdy se Spojené státy americké propadly do recese a členské státy Evropské unie zaznamenávají

maximálně minimální přírůstky, hlásí vláda Čínské lidové republiky růst nad 6 % a do konce roku počítá dokonce s 8 % přírůstkem.

Dnes třetí největší ekonomika světa za druhým Japonskem a prvními Spojenými státy čelí globální finanční krizi především díky domácí spotřebě, která se ve srovnání s ostatními světovými velmocemi drží na solidní úrovni.

Čínská lidová republika po svém otevření se světu vydala spoustu reforem, které podporují jak zahraniční investice, tak i domácí podniky. Především budováním zvláštních ekonomických zón na konci 90. let minulého století, které poskytují firmám různé podnikatelské úlevy, stoupla prestiž Číny jako země s možností vysokého zhodnocení investovaného kapitálu.

Dalším lákadlem pro zahraniční firmy je dostatek levné pracovní síly, která jednak přináší podnikům nižší mzdové náklady a jednak také velké množství potenciálních zákazníků. Především automobilový průmysl, který v zemích jako jsou Spojené státy americké, Japonsko či státy západní Evropy prožíval stagnaci v růstu i před propuknutím celosvětové krize, nalézá na území Čínské lidové republiky nepřeberné množství zákazníků, kteří se chtějí vyrovnat západnímu světu. Jedním ze způsobů, jak si zvednout sebevědomí a posunout se mezi vyšší třídu, je právě vlastnictví automobilu. Čína je dnes jednou z mála zemí, kde rostou prodeje vozů, a předpokládá se, že bude vyrobeno více automobilů než loni.

I vláda podporuje automobilový průmysl, ať už přímo např. v podobě státních zakázek či nepřímo investicemi do budování infrastruktury. Jako jedno z protikrizových opatření byla od ledna tohoto roku v Číně snížena daň z 10 na 5 % u osobních automobilů do 1,6 l objemu motoru. Vozy spadající do této motorizace představují více než 50 % podíl všech nových prodaných osobních automobilů.

6.2.2 Slabé stránky

Slabých stránek v sobě čínský trh skýtá celou řadu. Z hlediska zahraničních investic je velkým problémem přetrvávající silná ochrana domácího trhu a omezení v zakládání podniků zahraničními firmami. Po vstupu země do Světové obchodní organizace v roce 2001 sice došlo k postupnému odbourávání dovozních kvót, snižování cel a zpřístupňování dalších hospodářských sektorů zahraničním společnostem, ale na druhou stranu čínská vláda zavedla řadu netarifních překážek, které omezují import. Na příklad v oblasti automobilového průmyslu se jedná o proces udělování certifikací, který vyžadují pro všechny vozy, neboť neuznávají certifikační listy vydané autorizovanými evropskými zkušebnami.

Po vstupu do WTO bylo sice povoleno financování nákupu vozů zahraničními nebankovními institucemi, ale i přesto jsou úroky z úvěru na auto mnohem vyšší než třeba na nákup nemovitosti.

Z pohledu zakládání podniků na území Čínské lidové republiky existují dodnes značná omezení. Jednak se jedná o značně komplikovaný a zdoluhavý proces schvalování veškerých žádostí týkajících se založení podniku a také s tím úzce související vysoký stupeň korupce. Agentura Transparency International každé dva roky sestavuje žebříček států s nejvyšší úrovní korupce. Čína obsadila jak loni, tak i před třemi lety druhé místo. V roce 2006 ji předstihla Indie, loni se na první pozici dostalo Rusko. Shodou okolností patří všechny tři jmenované země k preferovaným státům z hlediska zahraničních investic do automobilového průmyslu. [111]

Dalším problémem, kterému čelí nejen renomované zahraniční automobilky, ale i řada jiných firem, vyrábějící různé výrobky, je porušování autorských práv. Značná část čínských automobilů jako by z oka vypadla některému ze západních vozů. Problémem případných soudních sporů, které některé renomované zahraniční OEM s čínskými výrobci vedly, je mizivá úspěšnost žalující firmy. V případě výhry přirknuté odškodnění často dosahuje zlomku výdajů vynaložených na právníky a soudní řízení. Příkladem automobilek, které vedly soudní spory kvůli plagiátorství designu, jsou např. General Motors a Chery Automobile, Honda a Shuanghuan Automobilce či Nissan versus Wall Automobile. [136]

Čína je ve světě také kritizována za nedodržování lidských práv. Řada světových organizací jako je např. Amnesty International apelují na politické představitele, aby čínské vládě připomínali její vlastní závazky ke zlepšení stavu lidských práv v zemi. Organizace se zaměřuje především na problematiku, trestu smrti, vězení bez soudu, pronásledování obránců lidských práv, potlačování svobody slova a obsazení Tibetu. [1]

6.2.3 Příležitosti

K příležitostem úzce souvisejícím s rozvojem automobilového průmyslu, které nabízí rostoucí čínská ekonomika, patří zvyšující se příjmy obyvatelstva, transformace státních podniků a jejich modernizace, vysoký příliv zahraničních investic a rekonstrukce zaostalé infrastruktury. Nemalý význam má i pořádání mezinárodních akcí jakými jsou např. Olympijské hry konané v srpnu 2008 v Pekingu či plánovaná Světová výstava EXPO 2010.

Rostoucí příjmy obyvatelstva úměrně zvyšují počet osob, které si mohou dovolit nákup vozu. V této oblasti má čínský trh ve srovnání s evropským či americkým dostatečné rezervy. S rostoucím počtem vozů úzce souvisí potřeba rekonstrukce zaostalé infrastruktury, která patří k protikrizovým opatřením, která čínská vláda v tomto roce zavedla.

Dlouhodobě vysoký příliv zahraničních investic, transformace státních podniků a jejich modernizace pozitivně působí na zvyšování kvality výroby i produktivity práce. Čínské firmy se rychle učí od svých zahraničních partnerů a stávají se tak rovnocennými konkurenty.

V oblasti automobilového průmyslu dochází k takovému rozmachu, který nemá nikde ve světě obdoby. I v tomto období, kdy ve většině zemí dochází k omezování výroby, Čína rozšiřuje kapacity. Čínský trh je z pohledu vlastnictví osobních vozů značně nenasycený, a tak se očekává jeho další růst. Představuje tak obrovské lákadlo pro všechny výrobce automobilů, kteří sem nyní směřují své aktivity.

6.2.4 Hrozby

Zintenzivnění konkurenčního prostředí působí nejen jako stimul pro zdokonalení nabízených výrobků a služeb, ale může být pro firmy působící na trhu také hrozbou, pokud by se nedokázaly přizpůsobit náročnějším podmínkám. Zahraniční investoři spatřují hrozící nebezpečí především v nárůstu konkurenceschopnosti domácích výrobců. Zvláště velké obavy panují v oblasti automobilového průmyslu. Původním čínským automobilkám se jednak díky účasti na společných podnicích se zahraničními výrobci a také díky laxnímu přístupu čínských úřadů k dodržování autorských práv úspěšně daří napodobovat vozy renomovaných zahraničních značek. Doposud se jim sice nedaří dosahovat srovnatelné kvality, ale to je jen otázka času. A poté jim nebude nic stát v cestě v dobývání evropských a amerických trhů, o což se již několik let snaží.

Další hrozbou pro rozvíjející se čínský průmysl obzvláště v období probíhající celosvětové ekonomické krize by mohlo být zbankrotování neefektivních státních podniků, které by mělo za následek zvýšení již tak dost vysokého počtu nezaměstnaných. S problematikou nezaměstnanosti úzce souvisí také prohlubující se rozdíly mezi tempem rozvoje měst a venkova, kde žije převážná část obyvatelstva. Nespočítatelné množství osob, které před několika lety přišlo do měst s vidinou vyšších výdělků, se dnes ocitá bez peněžních příjmů a jsou nuceni se vrátit na venkov, kde se budou živit převážně pouze zemědělstvím, které není příliš rentabilní.

Demografické problémy plynoucí z dlouhodobého praktikování politiky jednoho dítěte, která měla za následek nepoměr v počtu narozených chlapců a dívek, se jeví jako další hrozba pro budoucnost čínského národa.

S problematikou nedodržování lidských práv je spojena hrozba eskalace napětí v oblasti nejen v souvislosti s letošním 20. výročím od krvavého potlačení studentských protestů proti vládě Komunistické strany Číny na náměstí Nebeského klidu v Pekingu, ale především v souvislosti s 50. výročím potlačeného povstání Tibeťanů proti čínskému útlaku, kde došlo loni k velké vlně protestů, které skončily násilím a zatýkáním účastníků.

6.3 DŮSLEDKY GLOBÁLNÍ FINANČNÍ KRIZE PRO ČÍNSKOU EKONOMIKU

Globální finanční krize a hospodářské obtíže v řadě zemí začaly koncem minulého roku negativně ovlivňovat čínskou ekonomiku ve větší míře, než se očekávalo. Zhoršující se situace na světových trzích a pokles dovozní poptávky po čínském zboží se odrazily ve zpomalení míry růstu čínského exportu, což v nežádoucí míře přibrzdilo dosavadní rychlý vzestupný trend ekonomiky ČLR.

Ke zmírnění nepříznivých efektů globální ekonomické krize hodlá vláda zintenzívnit přijímání účelných opatření podporujících další růst objemu a produktivity výrobní sféry. V tomto směru se pozornost zaměřuje na vytvoření příznivějších podmínek pro poskytování úvěrů firemní sféře včetně dalšího snížení úrokových sazeb. Stejně tak bude částečně redukována míra depozit, jež musí komerční banky udržovat ve svém rezervním fondu, čímž se rozšíří rozsah disponibilních finančních prostředků použitelných pro úvěrové účely. [96]

V listopadu roku 2008 schválila vláda Čínské lidové republiky plán investovat 4 biliony yuanů (586 miliard USD) do infrastruktury a sociální péče do konce roku 2010, aby tak čelila hroící globální finanční krizi. Finanční prostředky byly určeny pro následující oblasti:

- 1,5 bilionu yuanů poputuje do veřejné infrastruktury. Tyto projekty zahrnují stavby silnic, dálnic, železnic a letišť.
- 1 bilion yuanů je určen pro regiony, které byly zasaženy květnovým zemětřesením. Prostředky by měly být použity k financování výstavby bydlení a k rekonstrukci sítě sociálního zabezpečení.
- 370 mld. yuanů bylo vyčleněno na rozvoj venkova a podporu zemědělství. Projekty na podporu venkova zahrnují stavbu budov veřejné vybavenosti, znovuosídlení kočovníků, zajištění pitné vody atd.
- 210 mld. yuanů bylo přiděleno na podporu úspor energií a snížení emisí.
- 150 mld. yuanů bylo určeno na kulturní, vzdělávací a rodinné akce. [170]

Vládní protikrizový balíček přinesl ovoce již na počátku roku 2009. Rozsáhlé investice do budování silnic, železnic a bydlení popohnaly vzhůru ceny železné rudy a podnítily průmyslovou výrobu. V lednu 2009 také došlo k rekordnímu boomu poskytnutých půjček ve výši 237 miliard dolarů. Při této příležitosti řekl přední čínský ekonom

Merrill Lynch Lu Ting: "Čína bude zřejmě první velkou ekonomikou zotavující se z globální krize." [11]

Do jaké míry jsou slova čínského ekonoma pravdivá, ukáže čas. Na druhou stranu totiž export v lednu klesl nejnižší za posledních třináct let, dovoz se propadl na rekordních 43 %. Jedno je ale zřejmé, čínská ekonomika je jedna z mála, která vykázala v prvním čtvrtletí tohoto roku ekonomický růst ve výši 6,3 %. [11]

6.3.1 Vliv celosvětové finanční krize na čínský automobilový průmysl

Globální ekonomická krize zasáhla na konci minulého roku i čínský automobilový průmysl. Po silných letech, kdy prodej osobních vozů v zemi vzrostl v roce 2007 o 22 % a v roce 2006 dokonce o 35 %, loni stoupl pouze o 5 %. Razantní snížení růstu prodeje bylo způsobeno jednak poklesem tempa růstu čínské ekonomiky, slabým akciovým trhem, ale také zemětřesením, které v květnu 2008 zasáhlo provincii S'-čchuan. [35, 104]

V loňském roce se v Číně prodalo rekordních 9,38 mil. vozů. Letos plánuje ČLR i přes globální krizi, že prolomí magickou hranici 10 mil. prodaných vozů. V roce 2008 bylo v Číně prodáno 6,73 mil. osobních vozů, což představuje nárůst o 6,1 % oproti roku 2007. Největší přírůstek o 32 % byl zaznamenán u vozů typu SUV. Naopak největší pokles prodeje byl u vozů MPV o 26 %. Po zavedení spotřební daně v září 2008 na dovoz vozů s objemem motoru od 3,0 l došlo k více než 50 % snížení importu těchto vozů. Zavedená daň zůstává v platnosti i letos. [125]

Čínská vláda počátkem roku 2009 snížila daň z 10 na 5 % u osobních automobilů do 1,6 l objemu motoru včetně, aby tak podpořila prodej nových vozů. Auta v uvedené motorizaci se podílejí více než padesáti procenty na prodeji všech osobních automobilů v Číně. Snížení daně představuje slevu na voze ve výši 4 až 8 000 RMB. [48]

Podle představitelů předních čínských automobilek, snížení daně na zákazníky opravdu zapůsobilo. Např. automobilka Geely Automobile uvedla, že v prvním týdnu v lednu prodala denně 1000 nových vozů, což je dvojnásobek jejich denních prodeje. Dle sdělení největších

dvou domácích automobilek Guangzhou Honda a Chery Automobile by měly být jejich lednové prodeje rekordní. Guangzhou Honda údajně prodala více než 1500 vozů denně. [48]

V březnu letošního roku se prodej automobilů v Číně meziročně zvýšil o 5 % na rekordních 1,11 miliónu vozů. Čínský trh s automobily tak již třetí měsíc za sebou překonal Spojené státy americké, kde se v březnu propadl prodej o 37 % na 857 735 vozů. [167]

Podle odborníků by čínská vláda mohla podpořit nákup nových vozů také snížením úrokové sazby z úvěrů na financování automobilů, které jsou v současné době na dvojnásobku oproti hypotékám. Dodnes bylo úvěrem pořízeno pouze 8 % automobilů. Ve světě je takto průměrně nakoupeno 60 % vozů, v Americe dokonce 80 %. [125]

Pokud čínská ekonomika vzroste v letošním roce alespoň o 8 %, bude růst i automobilový průmysl. V případě, že by ekonomika nedosahovala 8% růstu, mohl by i trh s automobily zakolísat. Navíc se na čínském trhu očekává zesílení konkurence, neboť mnoho zahraničních OEM zaměří své aktivity právě na čínský trh, protože je jako jeden z mála stále rostoucí. [125]

6.4 ODHAD BUDOUCNOSTI ČÍNSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU

Čínský automobilový trh je nenasycený a to mu dává dobrou šanci se vypořádat s nastalou situací. Ve srovnání s evropskými či americkými trhy je počet vozů na 1000 obyvatel zanedbatelný (25 v roce 2007, naproti tomu např. ve Francii 500 vozů na 1000 obyvatel). [40]

Čínský automobilový průmysl má tak před sebou jistě slibnou budoucnost. Do jaké míry budou splněna očekávání odborníků, závisí na celé řadě faktorů jak vnitřních tak vnějších. K vnitřním faktorům patří vysoký potenciál zákazníků vyplývající z nenasycenosti tamního trhu. Dále pak nevídaný pokrok, kterého čínský automobilový průmysl potažmo celá tamní ekonomika v posledních několika letech dosáhly. Dvoucifernými ročními přírůstky hrubého domácího produktu se může pochlubit málokterá země. Navíc si Čínská lidová republika zachovává růst i v období celosvětové finanční krize, kdy ostatní velmocí stagnují, či se jejich ekonomiky dostaly do recese.

Nejen vývoj domácího hospodářství ovšem ovlivňuje situaci na tamním automobilovém trhu. S otevřením se světu na konci minulého století vstoupila do Číny celá řada společností, které více či méně využily a doposud využívají možnosti, které jim nejlidnatější země světa nabízí. Jednou z prvních automobilek, která se rozhodla pro vstup na čínský trh, byl koncern Volkswagen, pod jehož záštitou spustila nedávno lokální výrobu i Škoda Auto. Doposud si zde Volkswagen udržuje výsadní postavení.

Spolupráce zahraničních a čínských automobilek přináší výsledky oběma stranám. Pro cizí společnosti je kooperace s tamním výrobcem často jedinou možností, jak se na čínský trh dostat a umožňuje jim tak lépe poznat specifická přání tamních zákazníků a efektivněji reagovat na jejich požadavky. Čínské automobilky na základě spolupráce se zahraničními společnostmi získávají přístup k celé řadě moderních technologií, know-how a zkušenostem managementu. Díky této šanci ušetří Číňané nemalé prostředky za výzkum a vývoj. Na druhou stranu, pokud čínské automobilky nemohou technologie či moderní design převzít legálně, nedělá jim problém vyrábět plagiáty. Pokud se některá zahraniční společnost obrátí na soud, má jen mizivou šanci na úspěch, neboť jsou čínské zákony v tomto ohledu velmi benevolentní. V případě, že se podaří soudní spor žalující straně přeci jen vyhrát, představuje přirčené odškodnění jen zlomek výdajů vynaložených na celý proces.

Zahraniční automobilky se tedy alespoň snaží zamezit vstupu čínských výrobců na evropské a americké trhy. Z důvodu nízké kvality čínských vozů, které nesplňovaly bezpečnostní kritéria, byl vstup čínských výrobců na západní trhy dlouho odkládán. Čínské automobilky ovšem začaly v nedávné době houfně zaměstnávat zahraniční designery, kvalitáře a technology, aby jim pomohli zlepšit kvalitu jimi vyráběných vozů. Je tak pouze otázkou času, kdy jejich automobily splní evropské či americké bezpečnostní normy a čínské vozy se budou směle prohánět po našich silnicích.

S růstem výdajů na technologie, mzdy zahraničních i domácích zaměstnanců ovšem dochází k navyšování výrobních nákladů, které se musejí zákonitě odrazit i v ceně prodávaného vozu, což by v budoucnu mohlo znamenat přesun výroby z Číny do jiných zemí jakými je např. Indonésie či státy Jižní Ameriky.

V souvislosti s nárůstem mzdových nákladů a také vlivem globální ekonomické krize, dochází v Čínské lidové republice k nárůstu nezaměstnanosti, s níž je spojeno zhoršení finanční situace Číňanů, což vede k omezování výdajů a případně i k odložení rozhodnutí o nákupu vozu.

Budoucnost čínského automobilismu je úzce spojena také s alternativními pohony. Čína jako trh s největším množstvím potenciálních kupujících vozů má velkou šanci stát se elektromobilovou velmocí. Za prvé zde již některé zahraniční automobilky jako např. Toyota vyrábí vozy s hybridním pohonem. Za druhé další společnosti ve spolupráci se státními orgány budují sítě dobíjecích stanic a intenzivně propagují výhody elektromobilů, např. aliance Renault-Nissan. Za třetí některé z domácích automobilek zahájily výrobu vlastních vozů s hybridními pohony. Příkladem je např. BYD Auto se svým modelem F3DM či Chery Automobile s vozem Chery A5 BSG.

6.5 ŠANCE A PERSPEKTIVY PŮSOBNÍ ŠKODA AUTO NA ČÍNSKÉM TRHU

Působení Škoda Auto na čínském trhu má poměrně krátkou tradici, i přesto její vývoj zažil několik zlomových bodů. První vozy se do Číny začaly dovážet teprve v roce 1992. Až do roku 1998 byl jejich počet naprosto zanedbatelný. K prolomení magické hranice 1000 prodaných vozů došlo v roce 1999, což lze pokládat za první zlomový bod. Dalším významným rozhodnutím bylo podepsání licenční smlouvy s Shanghai Volkswagen na výrobu vozů Škoda v Číně v dubnu 2005 a následné deklarace o dalším prohlubování vzájemné spolupráce v prosinci téhož roku, kterou podepsali zástupci firem Škoda Auto, Volkswagen, Shanghai Volkswagen a SAIC Motor.

Prozatím nejvýznamnějším zlomovým bodem bylo zahájení vlastní výroby vozů na čínském území. Prvním takto vyrobeným automobilem byl neúspěšnější model Škoda Octavia. První vůz opustil brány závodu v březnu 2007. Díky tomuto kroku přesáhl prodej vozů Škoda v ČLR v daném roce 27 000 kusů. Na konci loňského roku došlo k zahájení výroby dalšího modelu Škoda Fabia, který je určen především pro mladou generaci Číňanů. Letos doplní řadu nabízených vozů Škoda Superb, který by měl oslovit i náročnější klientelu.

Rozhodnutí vyrábět vozy přímo na čínském území bylo podmíněno jednak vysokými dovozními cly na dovážená auta a jednak vidinou nižších výrobních nákladů a lepšího přizpůsobení se přání lokálního zákazníka.

Dle dosavadního vývoje se jeví dané rozhodnutí jako správné. Díky zahájení výroby došlo v roce 2007 k více než 4 000 % nárůstu prodaných vozů oproti předešlému roku. Loni se počet prodaných vozů více než zdvojnásobil ve srovnání s rokem 2007. Vzhledem k nenasycenosti čínského trhu se zde i letos přes celosvětovou ekonomickou krizi počítá s prodejem více než 95 000 vozů Škoda.

Škoda Auto dosáhla sice na čínském trhu v roce 2007 pouze 0,1 % podíl, ale s přihlédnutím k tomu, že to byl první rok s lokální výrobou, je tento výsledek více než dobrý. Aby zde mohlo dojít k posílení její pozice, jsou nutné ještě další investice. Jedná se především o výstavbu dalších prodejních a servisních míst, jejichž dostupnost hraje při rozhodování o koupi vozu u zákazníků velkou roli.

Jako poměrně nový výrobce vozů na trhu by Škoda Auto mohla paradoxně nejvíce vytěžit z relativně nízké věrnosti zákazníků vůči značce, na což doplácí např. její mateřská společnost Volkswagen, která působí v Číně již více než čtvrt století. I když jsou zákazníci s jejími vozy spokojeni, jen nízké procento z nich si koupí další vůz od stejného výrobce.

Stejně jako se vyvíjí automobilový trh, mění se i přání a požadavky zákazníků. Před pár lety nebyl pro zákazníky téměř důležitý např. zavazadlový prostor či spotřeba vozu. Růst významu úložného prostoru jde ruku v ruce s rostoucím majetkem Číňanů. Spotřeba vozu se dokonce stává jedním z klíčových parametrů pro konečné rozhodnutí o koupi. Dalšími uváděnými hlavními důvody pro koupi vozu je cena, design a doporučení od příbuzných či známých, které zde hraje mnohem větší roli než na evropských či amerických trzích.

Vzhledem k rostoucím trhům v celé jihovýchodní Asii by stálo za úvahu přehodnotit podmínky poskytnuté licence na výrobu vozů na území Čínské lidové republiky, která neumožňuje vyvážet vozy Škoda Auto zde vyrobené za hranice země. Zbylé dvě značky koncernu – Audi a Volkswagen, které jsou v ČLR také lokálně vyráběny, se odsud vyvážejí jak do rozvojových okolních zemí, tak třeba i do Austrálie.

Dalším krokem, jak zvýšit tržní podíl na trhu by z mého pohledu bylo spuštění výroby vozu Yeti, který bude mít SOP v České republice v průběhu měsíce května tohoto roku. Čínský trh je těmto vozům typu SUV velmi nakloněn. V loňském roce v kategorii osobních vozů zaznamenaly právě SUV největší přírůstek ve výši 32 % oproti roku 2007.

Ani stávající typy zde vyráběných modelů vozů by neměly zůstat bez obměn. Facelift vozu Škoda Octavia, který proběhl na modelech vozů vyráběných v závodech v České republice v listopadu minulého roku, by měl být realizován i na lokálně vyráběných vozech v Shanghai v prvním pololetí roku 2010.

I přes postupující ekonomickou krizi Škoda Auto usiluje o posílení své tržní pozice na čínském trhu a je připravena úspěšně čelit nadcházejícím rizikům a výzvám.

7. ZÁVĚR

Budoucnost automobilových výrobců nejen v Číně, ale i jinde ve světě je více méně závislá na vývoji celkového hrubého domácího produktu, jeho výši na hlavu, rostoucích příjmech obyvatelstva a především zájmu zákazníků o nová auta.

V souvislosti s přetrvávající celosvětovou finanční krizí lze po několikaletém hospodářském boomu očekávat oslabení pozice automobilového průmyslu v rámci jednotlivých ekonomik. V některých případech dochází k omezování výroby a nereálné není ani úplné uzavření některých společností, které nebudou schopny přestát nastalou situací.

Vývoj na čínském trhu naštěstí alespoň doposud není tak tragický. Na konci minulého roku došlo sice k propadům prodejů, ale v letošním roce se situace pomalu stabilizuje a dokonce se očekává prolomení magické hranice 10 milionů vyrobených automobilů.

Čínský automobilový průmysl je v mnoha faktorech jedinečný a neopakovatelný. Jeho prudký rozvoj v posledních letech byl vyvolán jednak vysokým počtem potenciálních zákazníků, pro něž je vlastnictví automobilu znamením prestiže a jednak také umožněním vstupu a daňovému zvýhodnění zahraničních společností, které přinesly do země špičkové technologie, zkušený management a know-how.

Velké množství různých automobilek na čínském trhu má za následek sílící konkurenci na poli prodeje vozů, což pozitivně působí na zvyšování úrovně jak obsluhy dealerství, kvalitu vozů, tak i na výši poskytovaných doplňkových služeb. Čínský trh je specifický tím, že převážná většina zákazníků si kupuje vozidlo poprvé. Proto jsou pro ně velmi důležité zkušenosti jejich příbuzných a známých, což motivuje automobilky k ještě větší snaze o spokojeného zákazníka.

Otázka kvality a především bezpečnosti vozů domácí produkce je značně diskutabilní. Prozatím všechny čínské vozy, které byly podrobeny testům evropských zkušeben, nesplňovaly dané bezpečnostní normy. Na druhou stranu je potřeba říci, že se kvalita čínských automobilů rapidně zvyšuje a je tak jen otázkou času, kdy se Číňanům podaří vyrobit vůz odpovídající evropským či americkým bezpečnostním normám. Pak už čínským

výrobcům nebude stát nic v cestě v dobytí evropských a amerických trhů, stejně jako se to před lety podařilo nejprve japonským a po nich i korejským automobilkám.

Dalším terčem kritiky čínských vozů je jejich design, který se často až příliš podobá modelům zejména evropských značek. Otázkou ovšem zůstává, zda si zákazník za několik let, kdy pravděpodobně značně stoupne kvalita čínských plagiátů, raději vybere tradiční značku vozu, nebo vyzkouší čínský model, který bude vypadat skoro stejně, bude odpovídat bezpečnostním kritériím a navíc jeho cena bude stěží třetinová.

Závěrem lze konstatovat, že čínský automobilový trh je díky své rozloze, levné pracovní síle a nepřetržitému několikaletému růstu značně lukrativní pro zahraniční společnosti, což vede k neustálému zesilování již dost intenzivní konkurence. Z dlouhodobého pohledu si žádný podnik v tomto odvětví nemůže dovolit čínský trh opomíjet ze svých strategií, nechce-li ztratit svou pozici na globálním automobilovém trhu. Navíc si nyní mnozí spojují s čínským trhem ještě více nadějí a očekávání než kdykoliv předtím.

Seznam literatury

- [1] *Aktivity české pobočky AI* [online]. Amnesty International, 2006 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.amnesty.cz/kampane-projekty/Aktivity-ceske-pobocky-AI/>>
- [2] *ALA: Hyundai a Kia Motors plánují expanzi v Číně* [online]. Týden, 2009 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/svet/hyundai-a-kia-motors-planuji-expanzi-v-cine_103230.html>
- [3] *Analýza ekonomické situace v Číně (červen 2008)* [online]. BusinessInfo.cz – Oficiální portál pro podnikání a export, 2008 [cit. 2008-11-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/cina/ekonomicka-situace-v-clr-cerven-2008/1000539/49391/>>
- [4] *Asia Times* [online]. Asia Times Online Ltd., 1999-2005 [cit. 2008-11-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.atimes.com/atimes/China/china-map.html>>
- [5] *Audi A4* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-23]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Audi_A4>
- [6] *Automobil* [online]. Wikipedie, otevřená encyklopedie, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Automobil>>
- [7] *Automobile industry in China* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Automobile_industry_in_China>
- [8] *Automobilky stále pláčou, šrotovné zklamalo* [online]. Novinky, 2009 [cit. 2009-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/ekonomika/166549-automobilky-stale-placou-sroto-vne-zklamalo.html>>
- [9] *Automotive industry* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Automotive_industry>
- [10] *Automotive industry crisis of 2008-2009* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Automotive_industry_crisis_of_2008%E2%80%932009>
- [11] *BAR. První ekonomika překonává krizi: Čína hlásí růst* [online]. Týden, 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/svet/prvni-ekonomika-prekonava-krizi-cina-hlasi-rust_105372.html>

- [12] *Beijing-Benz DaimlerChrysler Automotive Co Ltd.* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Beijing-Benz_DaimlerChrysler_Automotive>
- [13] BERNDT, R., ALTOBELLI, C. F., SANDER, M. *Mezinárodní marketingový management*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a. s. 2007. s. 100-103, 135, 142. ISBN 978-80-251-1641-8.
- [14] BMW [online]. 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.bmw.com.cz/cz/cs/newvehicles/3series/sedan/2008/introduction.html>>, <<http://www.bmw.com.cz/cz/cs/newvehicles/5series/sedan/2007/introduction.html>>
- [15] *BMW Brilliance Automotive* [online]. BMW Brilliance Automotive Ltd. [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://www.bmw-brilliance.cn/bba/en/com_waw_bba.html>
- [16] *BMW Brilliance starts capacity expansion*. [online]. Gasgoo.com, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.gasgoo.com/auto-news/1009170/BMWBrilliance-starts-capacity-expansion.html>>
- [17] *Brilliance BS4* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-012]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Brilliance_BS4>
- [18] *Brilliance BS6* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-012]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Brilliance_BS6>
- [19] *Brilliance China Auto* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Brilliance_China_Auto>
- [20] *Buick La Crosse* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Buick_LaCrosse>
- [21] *BYD Auto* [online]. Auta 5P, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.auta5p.eu/katalog/byd/byd.htm>>
- [22] *BYD Auto* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/BYD_Auto>
- [23] BYDŽOVSKÁ, CH. Číňané zvou octavii Ming Rui – dravá a pokroková. *ŠkodaMobil*. 2008, roč. 14, č. 3, s. 6.
- [24] *Cadillac* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Cadillac_STS>
- [25] *Citroën C2* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Citro%C3%ABn_C2>

- [26] *Citroën Xsara* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Citro%C3%ABn_Xsara>
- [27] *Čína chystá dvanáctiválec* [online]. Autoweb.cz, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.autoweb.cz/autonovinky-nova-auta/cina-chysta-dvanactivalec/14474>>
- [28] *Čínská ekonomika zpomalila tempo růstu na 6,1 %* [online]. Novinky, 2009 [cit. 2009-04-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/ekonomika/166509-cinska-ekonomika-zpomalila-tempo-rustu-na-6-1-procenta.html>>
- [29] *Čínská lidová republika* [online]. Encyklopedie - Evropa 2045 [cit. 2008-10-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.evropa2045.cz/hra/napoveda.php?kategorie=4&tema=122>>
- [30] *Čínská lidová republika* [online]. Wikipedie, otevřená encyklopedie, 2008 [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8C%C3%ADnsk%C3%A1_lidov%C3%A1_republika>
- [31] *Čínské automobilky: detailní přehled (část I.)* [online]. AutoRevue.cz, 2006 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/default.aspx?section=17&server=1&article=10739>>
- [32] *Čínské automobilky hodlají dobýt trh* [online]. NašePeníze.cz, 2007 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.nasepenize.cz/news/117/ARTICLE/1844/2007-04-23.html>>
- [33] *Čínské automobilky se začínají spojovat.* [online]. AutoRevue, 2007 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/default.aspx?section=17&server=1&article=14188>>
- [34] ČTK. *Automobilky opět volají po programech proti krizi v celé EU* [online]. Finanční noviny, 2009 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.financninoviny.cz/zpravodajstvi/strojirenstvi/zpravy/automobilky-opet-volaji-po-programech-proti-krizi-v-cele-eu/370080>>
- [35] ČTK. *Čína podpoří domácí automobilový průmysl* [online]. E15, 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.e15.cz/byznys/cina-podpori-domaci-automobilovy-prumysl-68811/>>

- [36] ČTK. *Čína se po více než šesti letech opět potýká s deflací* [online]. Patria online, 2009 [cit. 2009-04-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.patria.cz/HotNews/1376014/cina-se-po-vice-nez-sesti-letech-opet-potyka-s-deflaci-spotrebitelske-ceny-se-v-unoru-mezirocne-snizily-o-16-procenta-zatimco-jeste-v-lednu-mela-cina.html>>
- [37] ČTK. *Čína: Inflace klesla nejnižší za 30 měsíců, hrozí deflace* [online]. Patria online, 2009 [cit. 2009-04-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.patria.cz/Zpravodajstvi/1359065/cina-inflace-klesla-nejniize-za-30-mesicu-hrozi-deflace.html>>
- [38] ČTK. *Historie automobilismu v datech* [online]. iDNES, 2006 [cit. 2008-11-29]. Dostupný z WWW: <http://auto.idnes.cz/auto_ojetiny.asp?r=auto_ojetiny&c=A060127_172200_auto_ojetiny_fdv>
- [39] ČT24. *Čínské shromáždění schválilo program pro povzbuzení ekonomiky* [online]. Česká televize, 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <<http://www.ct24.cz/svet/48377-cinske-shromazdeni-schvalilo-program-pro-povzbuzeni-ekonomiky/>>
- [40] DACHARY, I. *Čínská auta na evropském trhu I: dobrá volba pro zákazníka?* [online]. BigMenu, 2008 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: <http://www.bigmenu.cz/clanky/Cinska_auta_na_evropskem_trhu_I:_Dobra_volba_pro_zakaznika.html>
- [41] *Daihatsu D-01 concept for China* [online]. Nihon Car, 2005-2009 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <[http:// http://www.nihoncar.com/en/news-373-Daihatsu+D%26%2365293%3B01+concept+for+China.html](http://http://www.nihoncar.com/en/news-373-Daihatsu+D%26%2365293%3B01+concept+for+China.html)>
- [42] *Dongfeng* [online]. Salón del Automóvil Santiago, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <http://www.emol.com/especiales/2008/autos/salon_stgo_2008/novedades/dongfeng.html>
- [43] *Dongfeng BF model to launch by end of year* [online]. China Car Time, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.chinacartimes.com/2008/09/06/dongfeng-bf-model-to-launch-by-end-of-year/>>
- [44] *Dongfeng Motor Corporation* [online]. dfmc.com.cn, 2003-2004 [cit. 06. 12. 2008]. Dostupný z WWW: <http://www.dfmc.com.cn/main_en.aspx>
- [45] DR. *AvtoRevu: Stáhněte Chery Amulet z ruského trhu* [online]. Autorevue, 2007 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/bezpecnost/avtorevu-stahnete-chery-amulet-z-ruskeho-trhu.html>>
- [46] DUCHOŇ, J. *BYD F3DM: čínský hybrid nejde na odbyt* [online]. Autorevue, 2009 [cit. 2009-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/Magazin/BYD-F3DM-cinsky-hybrid-nejde-na-odbyt/sc-17-a-17443/default.aspx>>

- [47] DUCHOŇ, J. *Krizi přežije jen šest automobilek* [online]. Autorevue, 2008 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/default.aspx?section=17&server=1&article=16850>>
- [48] DUNNE, T. *January Automotive Sales Bump* [online]. J. D. Power Asia Pacific, 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://www.jdpower.com/corporate/china/en/library/view_from_asia.aspx>
- [49] EBEL, B., HOFER, M. B., AL-SIBAI, J. *Automotive Management. Strategie und Marketing in der Automobilwirtschaft*. Bonn: Springer, 2004. S. 154-156. ISBN 3-540-00226-X.
- [50] *Economic contributions* [online]. OICA [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://oica.net/category/economic-contributions/>>
- [51] FAW [online]. FAW Group corporation, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <http://www.faw.com/webcontent/aboutfaw.jsp?pros=history_forword.jsp&phight=550&about=History>
- [52] FAW-Volkswagen [online]. FAW Group corporation, 2008 [cit. 2009-02-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.faw.com/international/volkswagen.jsp>>
- [53] FÁREK, J., KRAFT, J. *Světová ekonomika za prahem nového století globálních změn (vstup do 21. století)*. Liberec: Vysokoškolský podnik Liberec, spol. s r. o., 2006. s. 121-128. ISBN 80-7372-142-2.
- [54] *Fiat bude s Čínany vyrábět vozy Fiat a Alfa Romeo* [online]. Novinky.cz, 2007 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/auto/120408-fiat-bude-s-cinany-vyrabet-vozy-fiat-a-alfa-romeo.html>>
- [55] *First Chinese BSG Hybrid - Chery A5 BSG Grandly Launched* [online]. Chery International, 2009 [cit. 2009-03-08]. Dostupný z WWW: <<http://www.cheryglobal.com/ArticleRead.aspx?ArticleID=1035>>
- [56] *Ford Fiesta* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Ford_Fiesta>
- [57] FORST, M. Výroba v Číně je správným rozhodnutím. *ŠkodaMobil*. 2007, roč. 13, č. 8, s. 4.
- [58] *Geely Automobile* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Geely_Automobile>
- [59] *General Overview* [online]. Brilliance Auto, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.brillianceauto.com/company/overview.html>>

- [60] GK ŠANGHAJ *Výroba automobilů Škoda Octavia v Číně* [online]. MPO, 2007 [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument31734.html>>
- [61] HÁJEK, M. *Škoda Octavia určená jen pro čínský trh* [online]. Auto-news, 2006 [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.auto.auto-news.cz/skoda-octavia-urcena-jen-pro-cinsky-trh-14766.html>>
- [62] *Honda Accord* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Honda_Accord>
- [63] *Honda Civic* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Honda_Civic>,
- [64] *Honda Jazz: stejná, ale lepší* [online]. Autoweb, 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.autoweb.cz/autonovinky-nova-auta/honda-jazz-stejna-ale-lepsi/15407>>
- [65] *Hongqi HQ3: Red nose Toyota* [online]. auto motor und sport, 2006 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.auto-motor-und-sport.de/news/hongqi-hq3-red-nose-toyota-749820.html>>
- [66] HORČÍK, J. *Čínské hybridy BYD brzy v prodeji* [online]. Hybrid, 2008 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.hybrid.cz/novinky/cinske-hybridy-byd-brzy-v-prodeji>>
- [67] HORČÍK, J. *Stane se Čína elektromobilovou velmocí?* [online]. Hybrid, 2009 [cit. 2009-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.hybrid.cz/novinky/stane-se-cina-elektromobilovou-velmoci>>
- [68] *Chana automobile* [online]. Chana International Corporation, 2008 [cit. 06. 12. 2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.globalchana.com/tabid/56/Default.aspx>>, <<http://www.globalchana.com/tabid/83/Default.aspx?id=3>>
- [69] *Chery Automobile* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Chery_Automobile>
- [70] *Chery Vehicles* [online]. Chery International, 2008 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.chery-global.com/a5/index.asp?car=a5>>, <<http://www.cheryglobal.com/QQ6/index.asp?car=qq6>>, <<http://www.cheryglobal.com/eastar/index.asp?car=eastar>>
- [71] *Chevrolet Aveo* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Chevrolet_Aveo>

- [72] *China Automotive Montly* [online]. J. D. Power Asia Pacific, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <http://www.jdpower.com/corporate/china/en/pdf/CAM_0109Report.pdf>
- [73] *China Motor Vehicle Documentation Centre* [online]. Chinense cars, 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.chinesecars.net/index.php?page=7>>
- [74] *China (Flagge und Hymne) – Multimedia MSN Encarta* [online]. MSN, 2008 [cit. 2008-11-22]. Dostupný z WWW: <[http://de.encarta.msn.com/media_81576951/China_\(Flagge_und_Hymne\).html](http://de.encarta.msn.com/media_81576951/China_(Flagge_und_Hymne).html)>
- [75] *Chrysler 300* [online]. Wikipeda, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Chrysler_300>
- [76] *Informace o Čínské lidové republice – základní data* [online]. Velvyslanectví České republiky v Čínské lidové republice, 2005 [cit. 2008-11-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.mzv.cz/wwwo/default.asp?ido=22961&idj=1&amb=60&ParentIDO=>>>
- [77] Internationale OEM-Produktionsstandorte. *Automobil produktion*. 2008, Sonderausgabe, Seite 7-13.
- [78] Interní materiály Škoda Auto a. s.
- [79] Interní materiály Volkswagen AG
- [80] Interní materiály Volkswagen Group China
- [81] *Investieren in China – Aber wo?* [online]. Aussenwirtschaftsportal Bayern, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <http://www.auwi-portal.de/awp/inhalte/Laender/Asien/China/Laenderinfos_China.html>
- [82] *Iveco* [online]. Naveco, 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.naveco.com.cn/ivecowebiste/english/cpxl/dl42.html>>
- [83] *J. D. Power Asia Pacific Reports: Audi Ranks Highest in Satisfying New-Vehicle Buyers in China with the Sales Process* [online]. J. D. Power Asia Pacific 2008, [cit. 2009-03-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.jdpower.com/corporate/news/releases/pdf/2008134.pdf>>
- [84] *J. D. Power Asia Pacific Reports: FAW-Volkswagen and Guangzhou Honda Models Each Rank Highest in Two China APEAL Study Segments* [online]. J. D. Power Asia Pacific 2008, [cit. 2009-03-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.jdpower.com/corporate/news/releases/pdf/2008259.pdf>>

- [85] *J. D. Power Asia Pacific Reports: Japanese Brands Rank Highest in Five of Six Segments in China Initial Quality Study* [online]. J. D. Power Asia Pacific 2008, [cit. 2009-03-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.jdpower.com/corporate/news/releases/pdf/2008238.pdf>>
- [86] *J. D. Power Asia Pacific Reports: Mercedes-Benz Ranks Highest in Customer Satisfaction with Dealer Service* [online]. J. D. Power Asia Pacific 2008, [cit. 2009-03-29]. Dostupný z WWW: <<http://www.jdpower.com/corporate/news/releases/pdf/2008101.pdf>>
- [87] JAVŮREK, M. *BYD: Čínská auta oficiálně v ČR* [online]. Automix, 2008 [cit. 2009-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://magazin.automix.centrum.cz/clanek.phtml?id=12132>>
- [88] *Jinbei (car)* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-012]. Dostupný z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Jinbei_\(car\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Jinbei_(car))>
- [89] JUNGSMANN, A. *Autosalon Lipsko: Brilliance – první čínská automobilka se pokusí dobýt Evropu* [online]. AUTO.CZ, 2007 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/aktuality/autosalon-lipsko-brilliance-prvni-cinska-automobilka-se-pokusi-doby-evropu.html>>
- [90] KASPEK G., WOYWODE M., KALMBACH R., *Erfolgreich in China Strategien für die Automobilzulieferindustrie*. Berlin: Springer Berlin, 2006. S. 16-18, 33-34, 36-41, 76-77, 97-98, 103, 107-109, 113-114. ISBN 978-3-540-29839-7.
- [91] *KIA* [online]. [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.dyk.com.cn/product/product-r10.html>>
- [92] KIEFER, T. *Entwicklungstendenzen in der Automobilindustrie Südasiens und der VR China*. Düsseldorf: Euroforum Deutschland GmbH, 1996. S. 296-298. ISBN 3-9804902-0-3.
- [93] KLAMO, M. *Geely GE: Super luxusní limuzína Made in China* [online]. autorevue, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/default.aspx?section=17&server=1&article=17366>>
- [94] KLAMO, M., *Changan V802: originální čínská nižší střední*. [online]. autorevue, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.autorevue.cz/default.aspx?section=17&server=1&article=15237>>

- [95] KLÍMA, V. *Podnikáme v Číně: Jak založit obchodní společnost?* [online.] iDNES, 2006 [cit. 2009-02-07]. Dostupný z WWW: <http://podnikani.idnes.cz/firmy_leg.asp?r=firmy_eu&c=A060303_163414_firmy_eu_vra>
- [96] KONÍŘ, M. *Ekonomická zpráva č. 12 – Dopady globální finanční krize na čínskou ekonomiku* [online]. Velvyslanectví České republiky v Pekingu, 2008 [cit. 2008-12-29]. Dostupný z WWW: <http://www.mzv.cz/beijing/cz/obchod_a_ekonomika/obchodne_ekonomicke_informace/index.html>
- [97] KOTLER, P. *Marketing, management*. 10. rozšířené vyd. Praha: Grada Publishing, spol. s r. o., 2001. s. 361-363, 370-374. ISBN 80-247-0016-6.
- [98] *Land Cruiser* [online]. Toyota 2003 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://www.toyota.cz/cars/new_cars/land_cruiser/gallery.aspx>
- [99] LÁNÍK, O. *ADAC: Brilliance BS4 by podle metodiky Euro NCAP 2009 nežískal ani 1 hvězdu* [online]. AUTO.CZ, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/bezpecnost/adac-brilliance-bs4-crash-test.html>>
- [100] *List of countries by GDP (nominal)* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-05-01]. Dostupný z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_\(nominal\)](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_GDP_(nominal))>
- [101] *Maple Whirlwind SXE 7130 (Huapu Biaofeng)* [online]. citroëněť, 2006 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.citroenet.org.uk/foreign/china/bootleg-zx/maplesxe7130-2.html>>
- [102] *Mazda 6* [online]. Wikipedia, otevřená encyklopedie, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Mazda_6>
- [103] MEDIAFAX. *Čína hodlá letos vykázat osmiprocentní hospodářský růst* [online]. Patria online, 2009 [cit. 2009-04-05]. Dostupný z WWW: <<http://www.patria.cz/Zpravodajstvi/1373327/cina-hodla-letos-vykazat-osmiprocentni-hospodarsky-rust.html>>
- [104] MIKOLÁŠ, R. *Čínské automobilky hledají pomoc u státu, prodej vozů klesá* [online]. Český rozhlas, 2008 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://www.rozhlas.cz/izurnal/ekonomika/_zprava/516387>
- [105] MELIŠKA, R. Za prvním showroomem stojí splněný čínský sen. *ŠkodaMobil*. 2007, roč. 13, č. 7, s. 5
- [106] *Mercedes Bend E Class* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:03-06_Mercedes-Benz_E-Class.jpg>,

- [107] *Mitsubishi Pajero Sport* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi_Pajero_Sport>
- [108] MS. *Čína opouští politiku jednoho dítěte* [online]. Týden, 2006 [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <www.tyden.cz/rubriky/zahranici/asie-a-oceanie/cina-opousti-politiku-jednoho-ditete_15337.html>
- [109] *Nanjing Automobile (Group) Corporation* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2004 [cit. -02-152009]. Dostupný z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Nanjing_Automobile_\(Group\)_Corporation#Nanjing-Fiat_and_Nanjing-Iveco_joint_venture](http://en.wikipedia.org/wiki/Nanjing_Automobile_(Group)_Corporation#Nanjing-Fiat_and_Nanjing-Iveco_joint_venture)>
- [110] *Největší města světa (TOP 1000 měst)* [online]. Celý svět, 2005-2009 [cit. 28. 10. 2008]. Dostupný z WWW: <<http://www.celysvet.cz/nejvetsi-mesta-sveta>>
- [111] *Největší úplatkáři Rusové?* [online]. Lidové noviny a. s., 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://www.lidovky.cz/nejvetsi-uplatkari-rusove-d0v-/ln_noviny.asp?c=A081210_000072_ln_noviny_sko&klic=228994&mes=081210_0>
- [112] NĚMEC, M. *Čína: Geografie* [online]. Orbion [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <<http://cina.orbion.cz/geografie/>>
- [113] *Nissan Bluebird* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Nissan_Bluebird>
- [114] *Nissan Teana* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Nissan_Teana>
- [115] *Nissan Tiida* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Nissan_Tiida>
- [116] *Octavie vozí sportovce a hosty OH v Pekingu* [online]. Škoda Auto Česká republika, 2008 [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <http://new.skoda-auto.com/cze/news/info/news/news/pages/2008_43_octaviavozisportovceahostyohvpekingu.aspx>
- [117] ODBOR 07200. *Zahájení výroby Škoda Fabia v Číně.* [online]. 2009, [cit. 2009-03-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument54777.html>>
- [118] PAVLŮSEK, O. *Besturn B50: Čínské vydání mazdy 6* [online]. AUTO.CZ, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/aktuality/besturn-b50-cinske-vydani-mazdy-6.html>>
- [119] PAVLŮSEK, O. *MG se připravuje na nové modely.* [online]. AUTO.CZ, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/aktuality/mg-se-pripravuje-nove-modely.html>>

- [120] *Peugeot 307* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Peugeot_307>
- [121] *Politika otevření se světu* [online]. Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic, 2004 [cit. 2008-10-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.fmprc.gov.cn/ce/cecz/cze/zggk/t126980.htm>>
- [122] PRAŽSKÁ, L., JINDRA, J., aj. *Obchodní podnikání*. 2. přepracované vyd. Praha: Management Press, 2002. s. 171-172. ISBN 80-7261-059-7.
- [123] *Production statistic* [online]. OICA [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://oica.net/category/production-statistics/>>
- [124] *Představujeme čínské automobilky: FAW*. [online]. Novinky.cz, 2007 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/auto/118309-predstavujeme-cinske-automobilky-faw.html>>
- [125] RAO, K., GOTTWALD, A. Sind die fetten Jahre vorbei? *Automobilproduktion*. 2009, 23. Jahrgang, 3. Ausgabe, Seite 60-63. ISSN 0934-0394.
- [126] REDAKCE AUTO.CZ *Jak určit národnost automobilové značky? Je Škoda české auto?* [online]. AUTO.CZ, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW z: <<http://news.auto.cz/ekonomika/jak-urcit-narodnost-automobilove-znacky-skoda.html>>
- [127] *Report for Selected Countries and Subjects* [online]. IMF International Monetary Fund, 2009 [cit. 2009-05-01]. Dostupný z WWW: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/01/weodata/weorept.aspx?sy=2006&ey=2014&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=924&s=NGDP_R%2CNGDP_RPCH%2CNGDP%2CNGDPD%2CNGDP_D%2CNGDPRPC%2CNGDPPC%2CNGDPDPC%2CPPPGDP%2CPPPPC%2CPPPSH%2CPPPEX%2CPCPI%2CPCPIPCH%2CPCPIE%2CPCPIEPCH%2CLP%2CBCA%2CBCA_NGDPD&grp=0&a=&pr1.x=34&pr1.y=10>
- [128] *Roewe* [online]. Autoblog, 2008 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.autoblog.com/photos/roewe-550/722276/> pg>,
- [129] ŘEZANKA, M. *Populační vývoj: Čína ve druhé polovině 20. století* [online]. Demografie, 2007 [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <http://www.demografie.info/?cz_detail_clanku&artclID=443>
- [130] *SAIC MOTOR* [online]. SAIC Motor Corporation Limited, 2007 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.saicmotor.com/english/xwzx/gysq/index.shtml>>

- [131] *Shanghai Automotive Industry Corporation* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008, [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Shanghai_Automotive_Industry_Corporation>
- [132] *Seznam států světa podle HDP na obyvatele* [online]. Wikipedie, otevřená encyklopedie 2009 [cit. 2009-05-10]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Seznam_st%C3%A1t%C5%AF_sv%C4%9Bta_podle_HDP_na_obyvatele>
- [133] *Skoda* [online]. Euro NCAP – For safer cars, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroncap.com/tests/skoda.aspx>>
- [134] *Skoda in China* [online]. Shanghai Volkswagen, 2004-2006 [cit. 2009-03-11]. Dostupný z WWW: <<http://www.csvw.com/csvw/english/skoda/szzg/index.shtml>>
- [135] *Souhrnná teritoriální informace Čína* [online]. BusinessInfo, 2008 a 2009 [cit. 2008-10-28 a 2009-05-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/cina/1000539/>>,
- [136] SRŠEŇ, P. *Právní a obchodní zastoupení pro celosvětové transakce* [online]. BusinessInfo, 2006 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://www.businessinfo.cz/files/2005/Pohled_KTHL_na_export_import.pdf>
- [137] *Státní znak Čínské lidové republiky* [online]. Wikipedie, otevřená encyklopedie, 2008 [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/St%C3%A1tn%C3%AD_znak_%C4%8C%C3%AD-nsk%C3%A9_lidov%C3%A9_republiky>
- [138] *Strategie prosazování obchodně-ekonomických zájmů České republiky v Číně* [online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2005 [cit. 2008-10-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument4600.html>>
- [139] *Suzuki Alto* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Suzuki_Alto>
- [140] *Suzuki Swift* [online]. Suzuki Motor Corporation, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.globalsuzuki.com/automobile/lineup/swift/gallery/index.html>>,
- [141] *Suzuki SX4* [online]. Suzuki Motor Corporation, 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.globalsuzuki.com/automobile/lineup/sx4/gallery/index.html>>
- [142] *The World factbook – China* [online]. CIA, 2008 [cit. 2008-11-28]. Dostupný z WWW: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/print/ch.html>>
- [143] *Toyota Prius* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia 2008 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Toyota_Prius>

- [144] UBA. *Prius aus China* [online]. auto-motor-und-sport, 2005, [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.auto-motor-und-sport.de/news/toyota-prius-aus-china-650210.html>>
- [145] VALOVÁ, I. *Výkon ekonomiky a krize automobilového průmyslu* [online]. Finance, 2009 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: <<http://www.sfinance.cz/zpravy/finance/214661-vykon-ekonomiky-a-krize-automobiloveho-prumyslu/>>
- [146] VAVERKA, L. *Čínskou flotilu hybridů pomohla vyvíjet konstrukční kancelář Ricardo* [online]. AUTO.CZ, 2008 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/aktuality/cinskou-flotilu-hybridu-pomohla-vyvijet-konstrukcni-kancelar-ricardo.html>>
- [147] *Vlajka Čínské lidové republiky* [online]. Wikipedie, otevřená encyklopedie, 2008 [cit. 2008-11-23]. Dostupný z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Vlajka_%C4%8C%C3%ADnsk%C3%A9_lidov%C3%A9_republiky>
- [148] *Volksrepublik China Daten und Fakten* [online]. Baden-Württemberg International, 2008 [cit. 2008-11-28]. Dostupný z WWW: <<http://www.bw-global.de/deu/data/China.pdf>>
- [149] *Volkswagen Group China* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-23]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Volkswagen_Group_China>
- [150] *Volkswagen Jetta* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-23]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Volkswagen_Jetta>
- [151] *Volkswagen Passat* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-23]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Volkswagen_Passat#China>
- [152] *Volvo S40* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Volvo_S40>
- [153] VOŘECHOVSKÝ, D. *ADAC: Brilliance BS6 totálně propadl v nárazovém testu* [online]. AUTO.CZ, 2007 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/bezpecnost/adac-brilliance-bs6-totalne-propadl-v-narazovem-testu.html>>
- [154] VOŘECHOVSKÝ, D. *Čínská automobilka Chery zastavila spolupráci s Chryslerem* [online]. AUTO.CZ, 2007 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/aktuality/cinska-automobilka-chery-zastavila-spolupraci-s-chryslerem.html>>
- [155] VOŘECHOVSKÝ, D. *HŠO chce letos v Evropě prodat 6 tisíc nových vozů Brilliance* [online]. AUTO.CZ, 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/ekonomika/hso-chce-letos-v-evrope-prodat-6-tisic-cinskych-vozu-brilliance.html>>

- [156] VOŘECHOVSKÝ, D. *Chrysler a Chery spolupracovat nebudou*. [online]. AUTO.CZ, 2008 [cit. 2008-12-30]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/ekonomika/chrysler-a-chery-spolupracovat-nebudou.html>>
- [157] VOŘECHOVSKÝ, D. *Peking 2006: „Východní vánek” s projektem D120*. [online]. AUTO.CZ, 2006 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://news.auto.cz/nove-modely/peking-2006-vychodni-vanek-s-projektem-d120.html>>
- [158] VRZAL, V. *Škoda udělala další krok v dobývání čínského trhu*. [online]. 2005 [cit. 2009-03-11]. Dostupný z WWW: <http://www.tipcars.com/applications/magazin/clanek.php?id_clanek=1251>
- [159] *Výroční zpráva 2008* [online]. Škoda Auto a. s., 2009 [cit. 2009-04-12]. Dostupný z WWW: < http://new.skoda-auto.com/company/CZE/Documents/Pro_investory/Vyrocní_zpravy/SkodaAuto_AnnualReport_2008_CZ.pdf>
- [160] WEIDER, M. *China – Automobilmarkt der Zukunft? Wie nachhaltig und zukunftsorientiert sind die Strategien der internationalen Automobilindustrie in China?* [online]. 2004 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://bibliothek.wzb.eu/pdf/2004/iii04-105.pdf>>
- [161] *Wetter und Klima in China* [online]. Die Welt im Bild [cit. 2008-10-28]. Dostupný z WWW: < http://www.ipicture.de/daten/wetter_china.html>
- [162] *Wirtschaft* [online]. China Economic Net, 2004 [cit. 23. 11. 2008]. Dostupný z WWW: <http://de.ce.cn/China/uebersicht/ubersicht/200410/11/t20041011_15310.shtml>
- [163] *Wirtschaftsdaten kompakt VR China* [online]. Bundesagentur für Aussenwirtschaft, 2008 [cit. 2008-11-29]. Dostupný z WWW: <https://www.bfai.de/ext/anlagen/PubAnlage_5581.pdf?show=true>
- [164] *Wirtschaftsindikatoren CHINA* [online]. WKO.at – Das Portal der Wirtschaftskammer, 2009 [cit. 2009-05-01]. Dostupný z WWW: < <http://wko.at/statistik/Extranet/Osteuropa/china.pdf> >
- [165] *WTO – Světová obchodní organizace* [online]. Ministerstvo financí České republiky, 2005 [cit. 2008-11-27]. Dostupný z WWW: <http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/meo_wto.html>
- [166] WYMAN, O. *Herausforderung Globalisierung Eckpunkte einer ganzheitlicher Strategie für Automobilzuliefer*. [online]. 2008, [cit. 2008-12-08]. Dostupný z WWW: <http://www.oliverwyman.com/de/pdf-files/Herausforderung_Globalisierung_dt_final.pdf>

- [167] *Začal autosalon v Šanghaji – čínský trh je pro automobilky klíčový* [online]. Novinky, 2009 [cit. 2009-04-24]. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/auto/166925-zacal-autosalon-v-sanghaji-cinsky-trh-je-pro-automobilky-klicovy.html>>
- [168] ZEMÁNEK, J. *Asijsťí automobiloví draci dobývají svět (3. díl)* [online]. Euroekonom, 2007 [cit. 2008-12-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.euroekonom.cz/analyzy-clanky.php?type=jz-automobily3>>
- [169] ŽÍDEK L. *Dějiny světového hospodářství*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s. r. o., 2007. s. 187-188, 191, 283-286. ISBN 978-80-7380-035-2
- [170] *2008 Chinese economic stimulus plan* [online]. Wikipedia, the free encyclopedia, 2009 [cit. 2009-04-14]. Dostupný z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/2008_Chinese_economic_stimulus_plan>

Seznam příloh

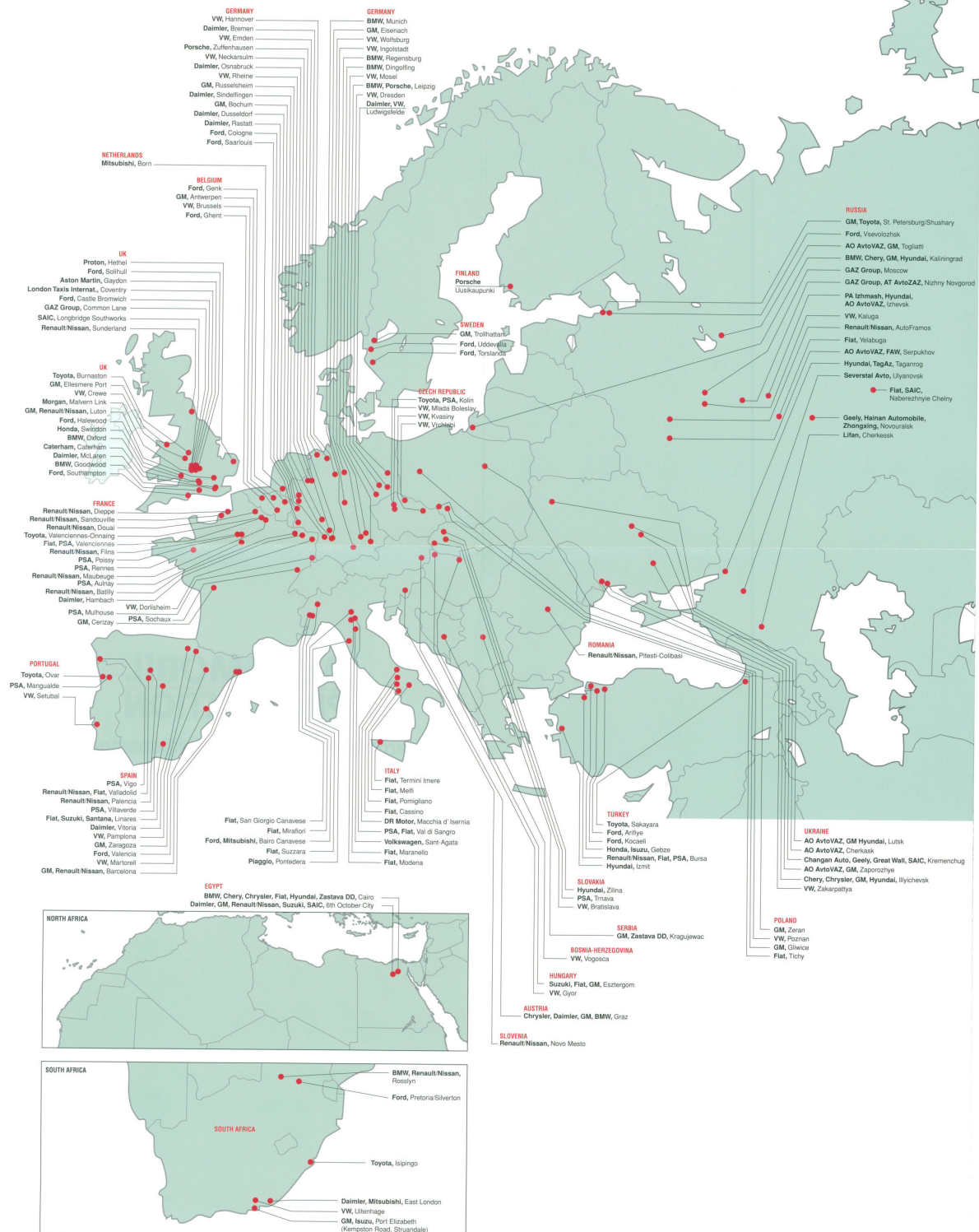
Příloha A: Výrobní závody OEM v Evropě v roce 2007

Příloha B: Výrobní závody OEM v Americe v roce 2007

Příloha C: Výrobní závody OEM v Asii v roce 2007

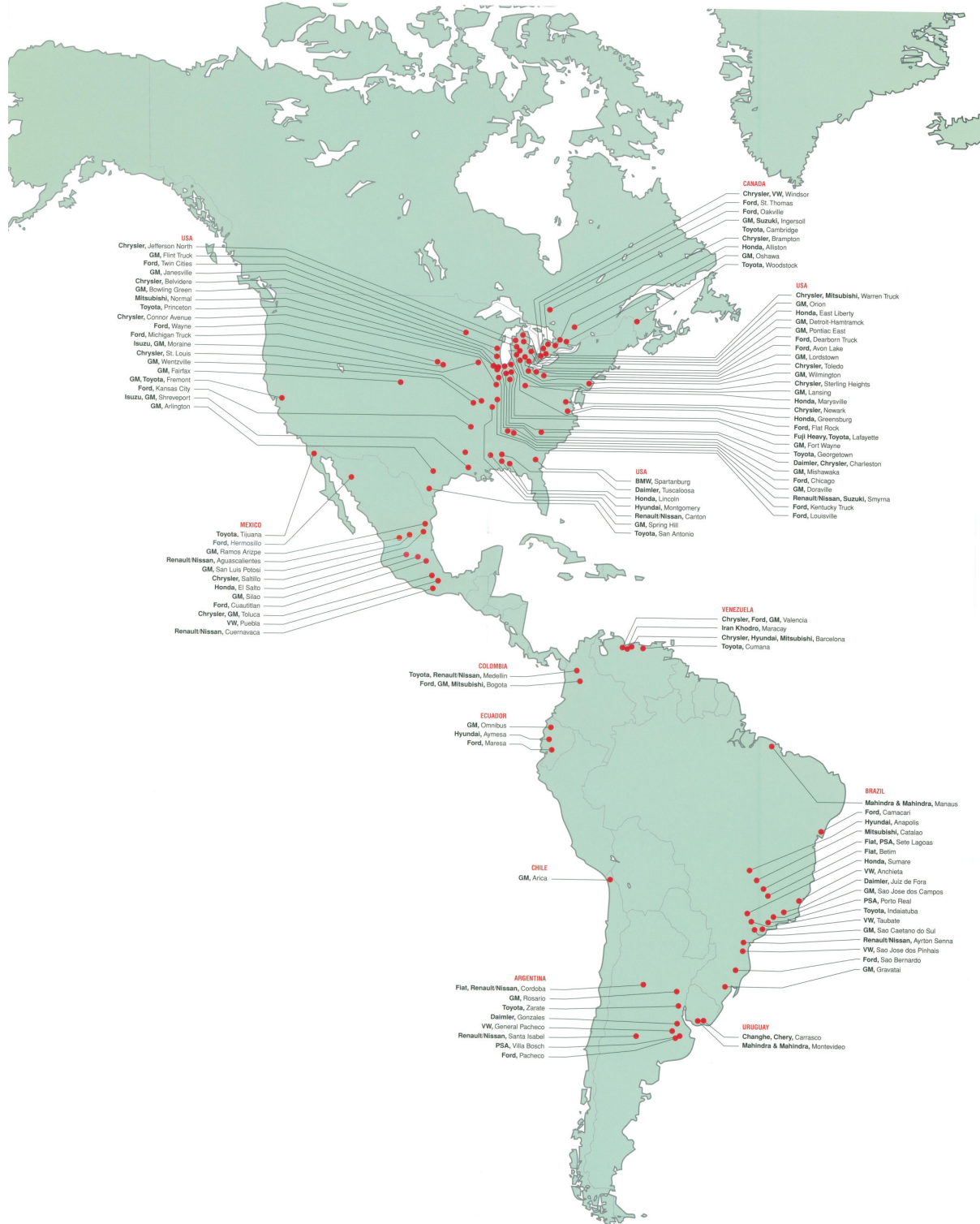
AUTOMOBIL PRODUKTION

Internationale OEM Produktionsstandorte Europe/Africa



AUTOMOBIL PRODUKTION

Internationale OEM Produktionsstandorte America



Internationale OEM Produktionsstandorte

Asia

